

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Zpracování podnikatelského plánu pro společnost s ručením omezeným v oblasti účetnictví
Business Plan Creating for Limited Liability company in the Sphere of Accounting

Student: Zuzana Sošková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zuzana Wozniaková, Ph.D.

Ostrava 2014

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra podnikohospodářská

Zadání bakalářské práce

Student: **Zuzana Sošková**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R020 Ekonomika podniku
Specializace: 02 Ekonomika podniku
Téma: Zpracování podnikatelského plánu pro společnost s ručením omezeným
v oblasti účetnictví
Business Plan Creating for Limited Liability Company in the Sphere of
Accounting

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoreticko-metodologická východiska pro vypracování podnikatelského plánu
 3. Vypracování podnikatelského plánu pro společnost s ručením omezeným v oblasti účetnictví
 4. Shrnutí a závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BOWHILL, Bruce. *Business planning and control: integrating accounting, strategy, and people*. Hoboken, NJ: Wiley, 2008. 620 p. ISBN 04-700-6177-4.
KORÁB, Vojtěch et al. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
MARINIČ, Pavel. *Plánování a tvorba hodnoty firmy*. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2432-4.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Zuzana Wozniaková, Ph.D.**

Datum zadání: 22.11.2013

Datum odevzdání: 09.05.2014



Ing. Josef Kašík, Ph.D.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Čestné prohlášení:

„Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.“

V Ostravě dne 9. května 2014



.....
Zuzana Sošková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat Ing. Zuzaně Wozniakové, Ph.D. především za její cenné rady, ale také za vřelý přístup a ochotu při zpracování mé bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině za její vstřícnost, pochopení a trpělivost.

OBSAH

1. ÚVOD	5
2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA PRO VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	7
2.1 Podnikatel.....	7
2.2 Podnik	9
2.2.1 Typologie podniků	10
2.2.2 Typologie podniků dle Evropské Unie.....	12
2.3 Služby.....	14
2.4 Metody pro zpracování podnikatelského plánu.....	14
2.4.1 SWOT analýza	15
2.4.2 Marketingový mix	17
2.4.3 Odpisy	18
2.5 Komparace struktury a obsahu podnikatelského plánu podle jednotlivých českých i zahraničních autorů	19
3. VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU PRO SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM V OBLASTI ÚČETNICTVÍ	31
3.1 Shrnutí.....	31
3.2 Všeobecný popis firmy	32
3.3 Klíčové osobnosti.....	33
3.4 Produkty, tedy výrobky či služby.....	35
3.5 Okolí firmy	37
3.6 Jakost, enviroment, bezpečnost	43
3.7 Personální otázky	44
3.8 Finanční plán	45
4. SHRNUTÍ A ZÁVĚR	53

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	55
--	-----------

SEZNAM ZKRATEK.....	57
----------------------------	-----------

SEZNAM OBRAZKŮ A TABULEK	58
---------------------------------------	-----------

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

SEZNAM PŘÍLOH

JEDNOTLIVÉ PŘÍLOHY

1. ÚVOD

Podnikatelský plán je nezbytnou součástí založení každé společnosti. Mohou jej vyžadovat investoři, ale i banky, po kterých naopak vyžadují finanční prostředky právě začínající i stávající podnikatelé. Ideální podnikatelský plán by měl být sepsán písemnou formou, ani krátký, ani dlouhý, ale především poutavý, přesvědčivý a reálný. Není uveden přesný návod, jak podnikatelský plán napsat, proto každý autor musí zvážit co je pro danou společnost podstatné a co nikoliv. Bohužel ani vysoká kvalita podnikatelského záměru nemůže zaručit úspěch dané společnosti, neboť jde o projekt rizikový. Kvalita přípravy projektu se může příznivě projevit tím, že zvyšuje naději budoucího úspěchu. Po zpracování podnikatelského plánu by mělo být zřejmé jak odborníkům, tak i laikům, zda je firma provozuschopná, zároveň konkurenceschopná a v neposlední řadě zisková, přičemž zisk nemusí být vykazován hned v prvním roce podnikání. Toto vše by měl kvalitní podnikatelský plán odhalit.

Téma bakalářské práce je zpracování podnikatelského plánu pro společnost s ručením omezeným v oblasti účetnictví. Na výběr tohoto tématu měl značný vliv fakt, že v budoucnu se svou kamarádkou a spolužačkou ze školy zamýšlíme založit společnost v této oblasti. Je to pro mne téma nejen zajímavé, ale především užitečné a do budoucna velmi přínosné.

Druhou částí bakalářské práce budou teoreticko-metodologická východiska pro vypracování podnikatelského plánu. V této části budou objasněny pojmy podnikatel, podnik a také služby. Zevrubnější charakteristika metod pro zpracování podnikatelského plánu, jimiž jsou SWOT analýza a marketingový mix. Poté bude přiblížena teorie ohledně odpisů. V závěru druhé části proběhne komparace jednotlivých obsahů podnikatelských plánů od čtyř českých a jednoho zahraničního autora. Následně dle jednoho vybraného autora bude ve třetí části této bakalářské práce vypracován podnikatelský plán pro společnost s ručením omezeným v oblasti účetnictví.

Právě konkrétní vypracování podnikatelského plánu bude tvořit třetí část, v níž bude představena zakládající společnost, nabízené služby a jejich ceny. Podrobněji budou popsány osoby, které budou pro společnost klíčové, ale také okolí, bezpečnost či personální otázky.

Samostatnou kapitolou bude finanční plán, ve kterém budou rozpracovány jednotlivé náklady – měsíční i roční, výnosy, rozvaha, požadovaný úvěr, jeho splátky, výše úroků. Následný výpočet odpisů a výkazu zisku a ztráty. Tuto část práce zakončí výběr podnikatelského účtu, přičemž tento účet bude porovnán v konkurenci pěti bankovních institucí a následně bude rozhodnuto, který je pro nově vznikající společnost nejvýhodnější.

Čtvrtou a závěrečnou kapitolou je shrnutí a závěr, v níž bude shrnutí jednotlivých kapitol bakalářské práce. V samotném závěru bude následovat zhodnocení, zda má společnost možnost uspět v porovnání s konkurencí, zda bude rentabilní a provozuschopná.

Cílem této bakalářské práce je zpracování podnikatelského plánu pro společnost s ručením omezeným v oblasti účetnictví tak, aby se tento plán mohl plnohodnotně využít při skutečném založení požadované společnosti v blízké budoucnosti.

2. TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA PRO VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU

Podnikatelský plán je písemný dokument popisující všechny podstatné vnější i vnitřní faktory, které souvisejí se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující společnosti. Pro přiblížení dané problematiky budou v následujících kapitolách této části blíže vysvětleny pojmy podnikatel, podnik a služby. Budou charakterizovány metody pro zpracování podnikatelského plánu - SWOT analýza a marketingový mix. Posledním bodem této teoreticko-metodické části bude srovnání pěti obsahů podnikatelských plánů od čtyř českých autorů a jednoho zahraničního autora s jejich následnou komparací.

2.1 Podnikatel

Autoři Synek a Kislingerová (2010) připomínají citaci živnostenského zákona č. 455/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů, že podnikatelem může být fyzická i právnická osoba, která získala oprávnění, kterým je živnostenský list nebo koncesní listina. Za živnost se podle živnostenského zákona považuje jakákoliv podnikatelská činnost, pokud není zákonem zakázána nebo není z tohoto zákona vyloučena. (Synek a Kislingerová, 2010)

Živnostenský zákon, § 2 uvádí, že *„živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem“*. Pro získání živnosti musí každý podnikatel či živnostník splňovat všeobecné podmínky. Dle § 6 živnostenského zákona jsou těmito podmínkami dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům a bezúhonnost. Živnosti, existující v České republice dle platné legislativy, jsou ohlašovací a koncesované. Ohlašovací živnosti jsou rozděleny na živnosti řemeslné, volné a vázané, přičemž živnosti volné mohou být provozovány pouze na základě ohlášení, u živností řemeslných a vázaných musí být kromě všeobecných podmínek splněna i odborná způsobilost, stejně tak u koncesovaných živností. Pokud podnikatel podmínku odborné způsobilosti nenaplní, může podnikat prostřednictvím odpovědného zástupce.

Podle živnostenského zákona a jeho přílohy č. 2 je odborná způsobilost pro vázanou živnost vymezena především vysokoškolským vzděláním a třemi roky praxe v oboru rovněž vyšším odborným vzděláním a pěti lety praxe v oboru eventuálně středním vzděláním s maturitní zkouškou a pěti lety praxe v oboru či osvědčením o rekvalifikaci

pro příslušnou pracovní činnost vydaným zařízením akreditovaným podle zvláštních právních předpisů nebo zařízením akreditovaným Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy nebo ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována, a to pět let praxe v oboru. (Business center, 2014).

Autoři Synek, Kislingerová (2010) na osobu podnikatele nahlíží rovněž z hlediska jeho osobnostních rysů a lidských vlastností, které z něj dělají podnikatele. Podnikatel z tohoto pohledu je člověk, který je nositelem a tvůrcem inovací, změn, velmi vydatně motivovaný k využívání podnikového, lidského i technického potenciálu. Podstatným znakem jeho osobnosti je tvořivost, schopnost přicházet s novými myšlenkami, využívat příležitosti nebo tyto vytvářet. Vyústěním jeho myšlení může být nový výrobek, nová technologie či způsob oslovení potencionálního zákazníka, segmentu trhu apod. (Synek a Kislingerová, 2010).

Jak píše český autoři Srpová, Řehoř (2010) člověk se podnikatelem nerodí. Není žádný podnikatelský gen, který člověk ve své genetické výbavě buď vlastní nebo nevlastní. Vše závisí na schopnostech člověka učit se, na jeho vůli a zapálení pro věc. Stejně tak nelze říci, že se podnikání nedá naučit. Mylná je i představa, že podnikatel je svým vlastním pánem. Přestože vlastní firmu a na své vlastní vizitce má napsáno generální ředitel, může dostat výpověď. Tu nám však nedá nikdo jiný než náš zákazník. On je totiž naším pánem. Chce-li v podnikání uspět, musí především uspokojit právě potřeby zákazníků, a ty se rozhodně neřídí podle kalendáře podnikatele.

Kdo tedy je podnikatel? Podnikatel je viděn jinak ekonomy, psychology, byznysmeny i politiky. Je-li vyřknuto slovo podnikatel, musí být také řečeno, kterým jazykem je hovořeno. Vyjadřujeme-li se například právním jazykem, nebo jazykem ekonomů či teorií podnikání.

Ve středověku se podnikatel jevil jako zprostředkovatel, prostředník či osoba zodpovídající za velké projekty.

Během 17. století se pojem podnikatel přesunul do širšího společenského kontextu a váže se také na pojem rizika (zisku nebo ztráty). Další posun nastal, když podnikatel začal být chápán jako osoba nesoucí riziko projektu, osoba plánující, dohlížející, organizující a vlastníci určitý projekt. V 19. století pak byla podnikateli přiřazena nová vlastnost, a to vlastnost inovátora. Inovátor je člověk, který rozvíjí dosud nevyzkoušené techniky.

Shrnutím vývoje podnikatele od středověku až do současnosti může být konstatováno, že podnikatel je hlavním hybatelem v podnikání a nositelem podnikavosti. (Srpová a Řehoř, 2010)

Naopak autoři Veber, Srpová a kolektiv (2008, str. 16) vymezují pojem podnikatele řadou definic. „*Osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu. Osoba schopna rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika. Iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení.*“ (Veber a Srpová, 2008)

Na podnikatele každý člověk či autor pohlíží z jiného úhlu, pro někoho je podnikatel pouze pojem, pro někoho osoba a pro jiného třeba právě on sám.

2.2 Podnik

Autoři Srpová a Řehoř (2010) uvádí, že i u pojmu podnik existuje řada výkladů, které jsou závislé na hledisku, dle něhož je pojem podnik interpretován. Podnik je obecně brán jako subjekt, v němž dochází k přeměně vstupů na výstupy. Obsáhleji je pak podnik vymezen jako ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání. Ekonomicky samostatnou jednotkou se rozumí možnost daného podniku vstupovat do právních vztahů, a to s jinými tržními subjekty, uzavírat takto smlouvy, z kterých vyplývají práva i povinnosti. (Srpová a Řehoř, 2010).

Veber a Srpová (2008, str. 16) uvádí, že existuje pro vymezení pojmu podnik několik výkladů, které však závisí na hledisku, z něhož je daný pojem interpretován. „*Nejobecněji se jedná o subjekt, ve kterém dochází k přeměně zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy). Obsáhleji je vymezen jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot (ať vlastních či pronajatých), které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit. Právně je interpretován jako soubor hmotných, jako i osobních a nehmotných složek podnikání.*“ (Veber a Srpová, 2008)

Autoři Synek, Kislingerová (2010) charakterizují podnik jako institucionalizované podnikání. Avšak mezi teoretiky jsou časté spory o to, co pod daný pojem patří, například zda jsou podnikem třeba i domácnosti. Obecná charakteristika zahrnuje velké množství jednotek, které se však vzájemně velmi liší, ale ze kterých se po sloučení společných znaků dají vytvořit skupiny neboli typy.

2.2.1 Typologie podniků

Třídění podniků určitého typu mající stejné základní charakteristiky, kterými se od ostatních podniků jiného typu liší. Tato typologie dle členění České republiky čítá čtyři členění - členění podniků podle právní formy, členění podniků podle sektorů a hospodářských odvětví, členění podniků podle velikosti a členění podniků podle typu výroby.

Členění podniků podle právní formy

Toto členění je nejobsáhlejší. První členění podniků podle právní formy je členění podniků podle **jednotlivce neboli podnik fyzické osoby**, který má většinou formu živnosti a to živnosti ohlašovací, která je buď řemeslná, vázaná, či volná nebo živnosti koncesované, kdy koncese je povolení, které vydává příslušný živnostenský úřad. Uchazeč o tuto koncesi musí mít požadované vzdělání, splňovat speciální podmínky, absolvovat kurzy, apod. **Osobní společnosti** jsou vytvořeny i vlastněny dvěma nebo více osobami, které se dělí nejen o zisk, ale jsou společně odpovědné i za všechny ztráty. Mezi tyto společnosti patří **veřejná obchodní společnost**, tedy právnická osoba, která je zapsána do obchodního rejstříku a za své závazky ve společnosti ručí celým svým majetkem, další společností podle právní formy je společnost **komanditní**, společníci se v této společnosti dělí na komplementáře, kteří ručí za závazky společnosti celým svým majetkem a komanditisty, kteří ručí za závazky společnosti do výše svého vkladu. **Kapitálové společnosti**, jejichž charakteristickou vlastností je, že za závazky z podnikání společníci ručí do výše svého vkladu. **Společnost s ručením omezeným** může být založena i jen jednou osobou a společnost odpovídá za své závazky veškerým svým majetkem, kdežto společník jen do výše svého nesplaceného vkladu. V **akciové společnosti** je jmění rozděleno na určitý počet akcií, jejich nominální neboli jmenovité hodnotě, i tato společnost může být založena pouze jedním zakladatelem, ale musí to být právnická osoba. Společnost odpovídá za své závazky celým svým jměním, a daný akcionář za závazky společnosti neručí. **Družstva** jsou nejčastěji charakterizována jako organizace vlastněné a provozované společnostmi osob, přičemž hlavním cílem těchto osob není vytvářet zisk, ale především dávat užitek svým členům. **Evropská společnost** podléhá právním normám Evropského společenství. **Evropské hospodářské zájmové sdružení** je právnická osoba založená smlouvou o sdružení, jehož právní poměry jsou ustanoveny Radou Evropského hospodářského společenství. **Veřejné státní podniky** jsou založeny především státem nebo jeho organizačními složkami, např. železniční a vodní doprava či správa silnic, dále také pošta, televize, apod. Tyto organizace jsou

bud' ve výlučném vlastnictví státu nebo územně správních celku nebo také ve smíšeném vlastnictví, kdy část patří soukromým vlastníkům a část státu. Poslední jsou **neziskové organizace**, jako například rozpočtové organizace, příspěvkové organizace, občanská sdružení či nadace.

Členění podniků podle sektorů a hospodářských odvětví

Mezi sektory se řadí **sektor zemědělství**, který zahrnuje vlastní zemědělství, rybolov a hospodářství. **Sektor průmyslu**, do nějž se řadí těžební a zpracovatelský průmysl, výroba a distribuce elektrické energie, plynu, vody, stavebnictví. **Sektor služeb** zahrnující obchod, peněžnictví a pojišťovnictví, dopravu, skladování, spoje, školství, ale i zdravotnictví, veterinární a sociální činnost a ostatní služby.

Členění podniků podle velikosti

Nejčastějším kritériem v České republice pro členění podle velikosti je počet zaměstnanců a výše obratu. **Malé podniky** čítají méně než 100 zaměstnanců a roční obrat takového podniku nepřesahuje 30 000 000 Kč. **Střední podniky** mají méně než 500 zaměstnanců a zároveň obrat nižší než 100 000 000 Kč. **Velké podniky** jsou podniky, které se nepovažují za malé či střední.

Členění podniků podle typu výroby

Pohled, který se týká podniků výrobních, mezi něž patří průmyslové, zemědělské a stavební podniky. **Výroba hromadná**, pokud podnik po delší dobu, většinou po dobu celého svého trvání, vyrábí pouze jeden druh výrobku. **Výroba vázaná**, jestliže podnik vyrábí nejen hlavní výrobek, ale také ještě jeden nebo více výrobků sdružených nebo vedlejších, v podstatě je to forma výroby hromadné. **Výroba druhová**, u této výroby se vyrábí pouze jeden druh výrobku, za to však v různých rozměrech, váze apod. **Výroba sériová**, zde se vyrábí série, tedy skupiny výrobků, které najednou prochází výrobním procesem. **Výroba plynulá**, výroba, spočívající v nepřetržitém sledu časově stejných pracovních úkonů, tyto úkony postupně mění výchozí suroviny v konečný výrobek. Tato výroba se nejčastěji aplikuje u výroby hromadné a sériové. **Výroba kusová**, malé množství různých druhů výrobků nebo výrobky jednotlivě, většinou na zakázku. (Synek a Kislingerová, 2010)

2.2.2 Typologie podniků dle Evropské Unie

Typologie podniků dle Evropské Unie zahrnuje dvě členění - členění podniků podle velikosti a členění podniků podle vztahů s dalšími podniky.

Členění podniků podle velikosti

Dle EU podniky podle velikosti definovány podle počtu zaměstnanců a obratu nebo celkové bilanční sumy. „*Definice mikropodniků, malých a středních podniků je závazná pouze pro určité věci, jako je státní podpora, provádění programů strukturálních fondů nebo programů Společenství, zejména rámcového programu pro výzkum a technologický rozvoj.*“ (Europa, 2014). **Mikropodniky** jsou podniky, které zaměstnávají méně než 10 osob a jejichž roční obrat nebo celková roční bilanční suma nepřesahuje 2 000 000 EUR. **Malé podniky** jsou definovány jako podniky, které zaměstnávají méně než 50 osob a jejichž roční obrat nebo celková roční bilanční suma nepřesahuje 10 000 000 EUR. **Střední podniky** zaměstnávají méně než 250 osob a jejichž roční obrat nepřesahuje 50 000 000 EUR nebo jejichž celková roční bilanční suma nepřesahuje 43 000 000 EUR. „*Počet zaměstnanců odpovídá počtu ročních pracovních jednotek (RPJ), tzn. počtu osob, které byly v daném podniku nebo jeho jménem zaměstnány na plný pracovní úvazek po celý sledovaný rok. Práce osob, které nepracovaly po celý rok nebo které pracovaly na částečný úvazek, se započítává jako zlomky RPJ. Učni nebo studenti, kteří jsou zapojeni do odborné přípravy na základě smlouvy o učňovském nebo odborném vzdělávání, ani délka mateřské nebo rodičovské dovolené se nezahrnují do počtu zaměstnanců.*“ (Europa, 2014).

Členění podniků podle vztahů s dalšími podniky

Vzhledem k procentuálnímu podílu na základním kapitálu, hlasovacích právech či právu uplatňovat rozhodující vliv, a to dle EU. **Nezávislé podniky** jsou podniky, které nepatří do podniků partnerských nebo propojených. Podnik je tedy nezávislý, pokud nemá podíl 25 % nebo více v jiném podniku, pokud není vlastněn z 25 % či z více % jiným podnikem nebo veřejným orgánem ani společně podniky vzájemně mezi sebou propojenými, za to s několika výjimkami; pokud sestavuje konsolidovanou účetní závěrku a tudíž není zahrnut v účetnictví podniku, který sestavuje konsolidovanou účetní závěrku, a tím není propojeným podnikem. Tento typ podniku je nejčastějším. **Partnerské podniky**, typ těchto podniků představujících situaci podniků, které vytvářejí velká finanční partnerství s jinými podniky, a to aniž by některý podnik uplatňoval účinný přímý či nepřímý vliv v dalším

podniku. Podnik je partnerem jiného podniku, pokud má podíl 25 % až 50 % v tomto jiném podniku; tento jiný podnik má podíl 25 % až 50 % v žádajícím podniku, žádající podnik nesestavuje konsolidovanou účetní závěrku, která zahrnuje právě tento jiný podnik a není zahrnut v konsolidované účetní závěrce tohoto jiného podniku ani podniku, který by byl propojen. **Propojené podniky**, odpovídají hospodářské situaci podniků, jenž tvoří skupinu prostřednictvím přímého či nepřímého vlivu, a to na základě většiny základního kapitálu nebo hlasovacích práv nebo prostřednictvím schopnosti uplatňovat rozhodující vliv v podniku. Tyto případy jsou méně běžné, a tedy velmi odlišné od dvou předcházejících typů (nezávislé a partnerské podniky). S cílem předejít potížím při interpretaci podniků tak Evropská komise definovala tento typ podniků přijetím podmínek – kdykoli jsou vhodné pro účely této definice – stanovených v článku 1 směrnice Rady 83/349/EHS o konsolidované účetní závěrce, která platí několik let. Takto bude podnik okamžitě vědět, že je propojený nebo je zahrnut do konsolidované účetní závěrky podniku, který tuto povinnosti má. „*S cílem umožnit hladký přechod na úrovni Společenství i jednotlivých států se nová definice začala používat od 1. ledna 2005. Na základě přezkumu uplatňování definice z 6. května 2003 a s ohledem na úpravy článku 1 směrnice 83/349/EHS o definici propojených podniků ve významu zmíněné směrnice Komise podle potřeby tuto definici upraví, zejména stropy pro obrát a celkovou roční bilanční sumu, a to podle zkušeností a hospodářského vývoje Evropské unie.*“ (Evropa, 2014)

Jak je uvedeno výše členění podniků může být různorodé. Co se týče velikosti podniků tak podle Evropské charty pro malé podniky jsou tyto podniky doslova páteří evropské ekonomiky. Jsou nejen klíčovým zdrojem pracovních příležitostí, ale především inkubátorem podnikatelských nápadů. Tyto malé podniky je nutno považovat za hlavní hybné síly zaměstnanosti, inovace a především sociální a lokální integrace v Evropě. (Business info, 2014).

2.3 Služby

Zahraniční autoři Philip Kotler, et al (2007) ve své knize Moderní marketing definují službu jako jakoukoli aktivitu nebo výhodu, kterou může jedna strana nabídnout druhé. Je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s fyzickým výrobkem.

Jedním z eminentních trendů posledních let je fenomenální růst služeb. Tento posun směrem k ekonomice služeb je z velké části připisován především skutečnosti, že lidé mají

více volného času i více peněz a zároveň se objevují stále složitější výrobky, které služby vyžadují. Nadto je pro firmy stále obtížnější odlišit své fyzické výrobky od ostatních, stále častěji se snaží diferencovat právě pomocí služeb a získat a udržet zákazníky poskytováním co nejlepšího servisu. Poskytované služby mají hmotné aspekty i nehmotné prvky. (Kotler, et al, 2007)

Čeští autoři Veber a Srpová (2008) uvádějí neexistenci jednotné definice pojmu „služba“. I Evropská unie raději vymezuje služby výčtem toho, co mezi služby nespadá. Pokud dotaz ohledně definice služby směřuje k právníkovi, je možno se dozvědět, že služba je provedení práce nebo výkonu, a to na základě dohody mezi smluvními partnery, tedy mezi poskytovatelem a příjemcem služby. Oproti právníkovi ekonom pravděpodobně odpoví výčtem ekonomických činností (OKEČ – Odvětvová klasifikace ekonomických činností), kde se služby skrývají pod kódy 40 až 93. Služby se dělí na **veřejné a komerční služby**, kdy poskytovatelem těchto služeb bývá zpravidla stát - Česká republika. Mezi veřejné služby patří například *„obrana a bezpečnost, zdravotnictví, sociální péče, soudnictví a vězeňská služba, vzdělávání, tělovýchova a sport, věda a výzkum či kultura.“* Mezi komerční služby jsou zařazeny například *„energie, stavebnictví, maloobchod, velkoobchod, pohostinské služby, dopravu, poštovní a kurýrní služby, telekomunikace, finance a pojišťovnictví, reality, rekreační, kulturní a sportovní činnosti.“* (Veber, Srpová, 2008, str.138)

2.4 Metody pro zpracování podnikatelského plánu

Metod, které mohou být použity pro zpracování podnikatelského plánu je několik. V kapitole 2.4 budou podrobněji popsány a blíže přiblíženy metody dvě – SWOT analýza a marketingový mix. Mimo SWOT analýzu a marketingový mix budou v této kapitole objasněny i odpisy, jejichž výpočet bude následovat v aplikačně-ověřovací části této práce, včetně uvedení právě dvou uvedených metod - SWOT analýzy a marketingového mixu.

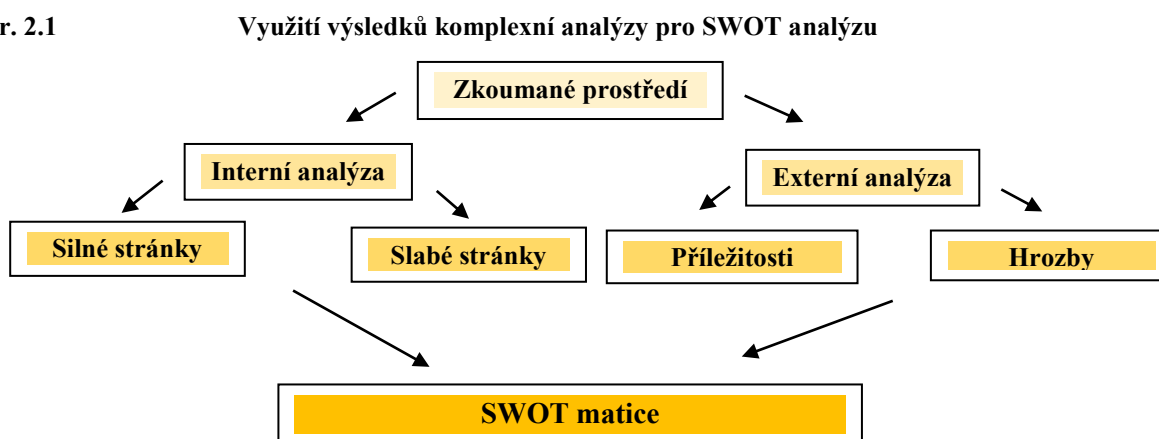
2.4.1 SWOT analýza

Česká autorka Martina Blažková (2007) ve své knize Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy píše, že název SWOT analýzy je odvozen vždy od prvního písmene anglického názvu jednotlivých faktorů, a to – **S = Strengths** - silné stránky, **W = Weaknesses** – slabé stránky, **O = Opportunities** – příležitosti a **T = Threats** – hrozby.

Pro připomenutí je toto rozdělení znázorněno v tabulce 2.1.

Tato analýza může být prováděna také jako součást komplexní analýzy. Podklady lze získat právě z této provedené komplexní analýzy nebo pak jako samostatný krok. Viz. obrázek 2.1.

Obr. 2.1



Zdroj: vlastní zpracování na základě: BLAŽKOVÁ, 2007

Při SWOT analýze se provádí analýza faktorů interních, kterými jsou již zmíněné silné a slabé stránky a faktorů externích, tedy příležitostí a hrozeb. Z jednotlivých faktorů bude uspořádána SWOT matice. Při sestavení SWOT matice občas v praxi dochází k problémům, a to při zařazení jednotlivých faktorů do správné kategorie. Nejčastěji se zaměňují jednotlivé kategorie. V případě příležitostí i hrozeb platí, že různé příležitosti jsou různě zajímavé či přitažlivé, využitelné nebo pravděpodobné. Stejně tak hrozby mají odlišnou intenzitu a vliv na podnik. Je zapotřebí identifikovat zajímavé příležitosti, které s nejvyšší pravděpodobností nastanou a tudíž je lze využít, a na druhé straně závažné hrozby, které také s vysokou pravděpodobností mohou nastat a tudíž je třeba se jich vyvarovat nebo jim rovnou předcházet. (Blažková, 2007)

Tab. 2.1

SWOT matice

Silné stránky = strengths = S	Slabé stránky = weaknesses = W
Příležitosti = opportunities = O	Hrozby = threats = T

Zdroj: vlastní zpracování na základě: BLAŽKOVÁ, 2007

„Silné stránky – za silnou stránku jsou považovány ty interní faktory, díky kterým má firma silnou pozici na trhu. Představují oblasti, v kterých je firma dobrá. Lze je použít jako podklad pro stanovení konkurenční výhody. Jedná se o posouzení podnikových schopností, dovedností, zdrojových možností a potenciálu.

Slabé stránky – jsou přesným opakem silných stránek. Firma je v něčem slabá, úroveň některých faktorů je nízká, někdy nedostatek určité silné stránky znamená slabou stránku, což brání efektivnímu výkonu firmy.

Příležitosti – příležitosti představují možnosti, s jejichž realizací stoupají vyhlídky na růst či lepší využití disponibilních zdrojů a účinnější splnění cílů. Zvýhodňují podnik vůči konkurenci. Aby je mohl podnik využít, musí je nejprve identifikovat. Teprve po jejich využití s nimi může počítat.

Hrozby – nepříznivá situace či změna v podnikovém okolí znamenající překážky pro činnost. Mohou znamenat hrozbu úpadku či nebezpečí neúspěchu. Podnik musí rychle reagovat odpovídajícím způsobem, aby odstranil či minimalizoval. “ (Blažková, 2007, str. 156).

Všechny faktory je třeba posuzovat v souvislostech, nikdy nemůžou být sledovány samostatně či odděleně. Je nutné prozkoumat, nakolik je který faktor důležitý z hlediska závažnosti pro firmu a z hlediska vlivu na firmu. Při sestavení SWOT analýzy se postupuje předem daným postupem – nejdříve se vytipují faktory v rámci jednotlivých daných kategorií; poté se tyto faktory umístí do jednotlivých polí SWOT matice, v následujícím kroku se tyto faktory posoudí, co se týká významnosti a závažnosti pro daný podnik a nakonec budou navrženy strategická opatření pro podnik. Ačkoli SWOT matice bere v potaz jen čtyři základní faktory, může zároveň velmi dobře posloužit jako návod pro další rozhodování. SWOT analýza poskytuje informace, které jsou velmi užitečné při hledání souladu mezi podnikovými zdroji a schopnostmi, ale i konkurenčním prostředím či trhem, ve kterém se daná firma pohybuje. Výsledky SWOT analýzy mohou být využity při celopodnikovém i marketingovém plánování a také při formulaci a výběru vhodné marketingové strategie. SWOT analýza má svá omezení. Je velmi subjektivní, protože každý člověk hodnotí jednotlivé faktory odlišným způsobem, je zjednodušující. Doporučuje se tedy nespoléhat se příliš na tuto analýzu, raději ji použít jako doplněk k některé jiné analýze. (Blažková, 2007).

Jak píše Dagmar Jakubíková (2008) ve své knize Strategický marketing cílem SWOT analýzy je identifikace, zda současná strategie firmy a zároveň její specifická silná a slabá místa jsou relevantní a schopná vyrovnat se změnami, které nastávají v daném prostředí. SWOT analýza nebo také analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb se skládá z původně dvou analýz - analýzy SW a analýzy OT. Obecným doporučením je začít analýzou OT, kde se popisují příležitosti firmy, a to makroprostředí (faktory politicko- ekonomické,

sociálně-kulturní, technologické), tak i mikroprostředí (zákazníci, dodavatelé, odběratelé, konkurence, veřejnost). Po analýze OT následuje analýza SW, ta se týká vnitřního prostředí firmy (tedy cílů, systémů, procedur, firemních zdrojů, materiálního prostředí, firemní kultury, mezilidských vztahů, organizačních struktur, kvality managementu, aj.) (Jakubíková, 2008).

2.4.2 Marketingový mix

Autor Jakub Slavík (2014) uvádí, že marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které společnost používá k tomu, aby dosáhla svých marketingových cílů. Je vymezen v anglickém jazyce čtyřmi „P“, a to **produkt = Product** - zboží nebo také služba, kterou daný zákazník nakupuje, dále pak **cena = Price**, za kterou je produkt prodáván a zároveň nakupován, další ze čtyř „P“ je **místo = Place** – rozumí se jím trh v anglickém jazyce Market place, na nějž je produkt dodáván a zároveň cesty, kterými se na něj dostává, **propagace = Promotion** – způsob, jak dát vědět cílovému trhu o daném produktu a jeho dodavateli.

Prvním prvkem marketingového mixu je produkt neboli výrobky či služby, které jsou umístovány na trhu. Každý produkt má tři základní rozměry, a to vlastní přínos, hmotný rozměr a psychologický rozměr, tzv. nástavbu či aureolu. Hmotným rozměrem se rozumí fyzická podoba produktu - „Jakou konkrétní formou řeší svůj problém?“. Vlastní přínos je důvod potřeby neboli „Jaký problém potřebuje zákazník vyřešit?“ a psychologický rozměr, „to navíc“ jinak řečeno důvod rozlišení „Proč právě tímto produktem od tohoto dodavatele?“.

Cena, druhý prvek marketingového mixu odráží, kolik je zákazník za daný výrobek či službu ochoten zaplatit. Cena může, ale nemusí být základem celé strategie. Cenu produktu nebo služby lze poté stanovit v zásadě trojím způsobem, na základě nákladů, na základě poptávky (podle výše očekávané zákazníky, podle finančního přínosu produktu, podle intenzity poptávky) a na základě konkurence.

Třetím prvkem marketingového mixu je trh, který říká komu a kde je produkt nebo služba určena a jak zajistit dostupnost tohoto produktu nebo služby pro zákazníka. Od tohoto se bezprostředně odvíjí charakter produktu či služby ve všech jeho třech rozměrech. Cena, za kterou je daný produkt či služba nabízena a způsob dodání produktu či služby k zákazníkovi. Aby firma poznala svůj trh a mohla zvolit správnou strategii, je potřeba především vědět, na jakém trhu se pohybuje, zda je velikost trhu stálá, zda roste nebo zda klesá a v neposlední řadě znát podíl podniku na trhu a to, zda je tento podíl stálý, zda roste nebo zda se zmenšuje. K tomuto účelu poslouží právě průzkum trhu, provedený

bud' to vlastními silami, stejně tak ale může být proveden specializovanou firmou. Marketing cílený na trh, pak předpokládá segmentaci trhu, tržní zaměření i umístění na trh. Segmentaci trhu rozumíme rozdělení trhu na daně tržní segmenty, tedy skupiny zákazníků, kteří mají stejné potřeby lišící se významně od jiných zákaznických skupin. Trh pak lze segmentovat na základě různých kritérií, nejčastěji se provádí segmentace podle charakteristiky osob či organizací, pak také podle požadavků na výrobek či službu nebo podle zvyklostí a vzorců chování zákazníků.

Propagace komunikuje s cílovým trhem o daném produktu a jeho dodavateli. Cílem propagace je především informovat, přesvědčit a zároveň připomenout. Existují tři základní typy propagace - informativní, přesvědčovací a připomínací propagace. Přičemž informativní propagace má za cíl především informovat zákazníka o produktu či službě a jejich užítu, vysvětlit užívání daného produktu či služby a případně opravit zkreslené dojmy či vytvářet image značky. Cílem přesvědčovací propagace je přesvědčit zákazníka o výhodách produktu, případně služby v porovnání s produkty konkurence. Cílem připomínací propagace je především připomenout existenci již známého a zavedeného produktu nebo služby, nikoliv přesvědčit o daných kvalitách. Volba správného typu propagace závisí především na dobrém odhadu životního cyklu produktu a také chování trhu. (Slavík, 2014).

Zahraniční autor Bruce Bowhill (2008) ve své knize Business planning and control uvádí, že na počátku procesu je důležitý výzkum trhu, který vede k určení cílové ceny, a to spolu s předmětným objemem prodeje, jehož bude za tuto cenu dosaženo. (Bowhill, 2008)

2.4.3 Odpisy

Jak uvádí autor Pavel Marinič (2008) ve své knize Plánování a tvorba hodnoty firmy odpisy vyjadřují fyzické i morální opotřebení dlouhodobého hmotného i nehmotného majetku po dobu jeho živnosti. Tato hodnota se přenáší prostřednictvím nákladů do ceny výrobků, popřípadě služeb, kterou zákazník zaplatí za odebrané zboží. Podniku se hodnoty amortizace „vrátí“ prostřednictvím realizovaných tržeb. Odpisy, které jsou nákladově účinnou, ale výdajově neúčinnou položkou, se jako součást peněžních příjmů podniku stávají významným zdrojem financování firemních potřeb. Význam odpisů je důležitý i ve vztahu k daňové politice, kdy v tomto smyslu se rozlišují odpisy daňové neboli daňově účinné, které jako náklady vstupují do základu daně a zároveň snižují celkové daňové zatížení. A odpisy účetní jež mohou být nad rámec daňového zákona a jsou plně v kompetenci daného

podniku. Smysl účetních odpisů je v tom, že umožňují v případě vysokých tržeb urychleně odepsat předmětný majetek, i když s určitou mírou daňového zatížení.

Celková výše odpisů je dána odpisovou základnou. Odpisová základna je objemem a strukturou odepisovaného majetku oceněného tzv. vstupní cenou, kterou představuje pořizovací cena nebo reprodukční cena, případně ocenění na úrovni vlastních nákladů, zvolenou metodou odepisování a odpisovou sazbou. (Marinič, 2008)

2.5 Komparace struktury a obsahu podnikatelského plánu podle jednotlivých českých i zahraničních autorů

Jak píše česká autorka Anna Staňková (2010) vyhotovení podnikatelského plánu si žádá hodně času a energie. Má-li se vyhotovit plán dobrý, pak je nutno postupovat systematicky. Struktura daného podnikatelského plánu poskytuje podnikateli užitečný kontrolní prostředek pro zpracování informací potřebných pro vytyčení reálných cílů podnikání, které jsou jak dosažitelné, tak dostatečně atraktivní z pohledu očekávaných zisků. (Staňková, 2010)

Obsah a struktura podnikatelského plánu podle Anny Staňkové

V zásadě neexistuje přesný předpis, co má podnikatelský plán obsahovat a jak má být upraven. Poněvadž má sloužit podnikateli, bude vždy odrážet jeho preference. Podrobnost a hloubka analýzy bude rovněž závislá na etapě, ve které se daný podnikatelský záměr nachází. Půjde-li o zahajovací projekt nového podnikatelského záměru, budou požadavky na podrobnost daného záměru vyšší nežli u plánů, které se budou týkat nových aktivit zaběhnuté firmy. Perfektně zpracovaný podrobný podnikatelský záměr se skládá z deseti částí, ve kterých se promítají následující body. **Exekutivní sumář**, objevují se v něm především informace o jménu a sídlu firmy, adresy klíčových dodavatelů, stručné popisy cílových zákazníků a daného podnikatelského záměru, také stručná charakteristika dané startovní strategie, zhodnocení dovedností, které mohou zaručit očekávaný úspěch, hypotetická rozvaha a tabulkové přílohy. **Popisy byznysu**, část podnikatelského záměru zabývající se charakteristikami - odvětví podnikání v makroekonomickém a podnikatelském prostředí, dále charakteristikou oboru a jeho daných specifík, trendy rozvoje a především výhledem na dva až tři roky. Tento popis byznysu se zaobírá důvody pro podnikání, především motivy a posláním předkladatele. **Marketing**, zde je důkladně rozepsán výzkum trhu a analýza dat, analýza konkurence a marketingový plán, který se skládá ze SWOT

analýzy a formulaci výchozích strategií, jako jsou například produktová, cenová, distribuční, reklamní strategie a networking. **Místo podnikání**, především důkladné zmapování místa podnikání, vzdálenost klíčových dodavatelů a stávající situace na trhu práce právě z hlediska potřeby pracovníků. **Finanční plán**, v této části se předkladatel zabývá tržbami, počátečními provozními prostředky, výdaji, Cash-flow, předběžnými výkazy zisků a ztráty, propočtem základních poměrových ukazatelů, výpočtem bodu zvratu či plánem financování. **Management**, podnikatelský záměr to je i potřeba klíčových pracovníků nebo předpokládaná potřeba zaměstnanců. Nemůže být opomenout hrubý propočet mzdových prostředků ani organizační strukturu postavení jednotlivých lidí v dané struktuře. **Kritická místa**, jsou potencionální rizika, vliv konkurence nebo náklady vstupu na trhy EU. **Hlavní projekty podporující podnikatelský záměr**, žádosti o dotace z podpory malého podnikání, jistě také stav a plán vývoje nových produktů či plán změny. **Vlivy sociální odpovědnosti na firmu**, sociální odpovědnost v podnikatelském záměru to je nejen životní prostředí, ale také energie, péče o pracovníky či zapojení firmy do sociálních projektů lokální komunity. **Základní časové etapy**, důležitým bodem podnikatelského plánu je časový plán, a to s nejdůležitějšími etapami jednotlivých aktivit. Plán může být zpracován do roku, čtvrtletí, měsíců nebo týdnů. Tento časový harmonogram je důležitý jak pro koordinaci aktivit, tak také pro vývoj a design produktu, nalezení vhodných lidí či nákup surovin nebo prvních prodejů. Je možno jej zpracovat pomocí některých technik, například pomocí síťových grafů či rozhodovacích stromů. **Další přílohy dle vyžádání investorů**, přílohy, které si případný investor vyžádá nad rámec základních bodů. (Staňková, 2010)

Autoři Fotr a Souček (2005) uvádějí, že výsledky technicko-ekonomických studií projektů, investiční program firmy a její finanční plán tvoří základní informační vstupy pro zpracování podnikatelského záměru projektu. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může podpořit získání tolik potřebného základního kapitálu. (Fotr a Souček, 2010)

Obsah a struktura podnikatelského plánu podle Jiřího Fotra a Ivana Součka

Podnikatelský záměr tvoří základní části. **Realizační resumé**, tj. název a adresa firmy, charakteristika produktu nebo služby, popis trhů a distribučních cest, strategické zaměření firmy na období příštích tří až pěti let, zhodnocení manažerských zkušeností a kvality klíčových pracovníků firmy a finanční aspekty. I přesto, že je toto první část podnikatelského záměru, měla by být zpracována až na samém závěru, a to v rozsahu maximálně dvou až tří strojových stran. **Charakteristika firmy a jejich cílů**, důležité charakteristiky produktů

popřípadě služeb, sledované cíle, v nichž jsou zahrnuty nejen strategické, ale i specifické cíle. Cíle by měly být reálné a zároveň dostatečně motivující. **Organizační řízení a manažerský tým**, jakož organizační schéma, charakteristika klíčových vedoucích pracovníků, politika odměňování, vymezení dlouhodobých záměrů a cílů, stanovení klíčových řídicích pozic a základní přístup k řízení firmy. **Přehled základních výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie**, v této části daného záměru jsou shrnuty základní výsledky a závěry právě technicko-ekonomické studie. **Shrnutí a závěry**, shrnutí základních aspektů, které jsou však uvedeny v jednotlivých částech záměru a časový plán realizace projektu. **Přílohy**, tyto přílohy obsahují jednak výpisy například z obchodního rejstříku, výsledky průzkumu trhu, technologické schéma výroby, apod. Neméně důležité jsou požadavky na podnikatelský záměr. Podnikatelský záměr má být především stručný, přehledný a jednoduchý. Zdůrazňující výhody produktu nebo služeb pro uživatele, tedy zákazníka a orientován na budoucnost. Dále musí být věrohodný a zároveň realistický, naopak ne příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu, ale ani příliš pesimistický. Nesmí zakrývat slabá místa ani případná rizika projektu. Dalším významným požadavkem je upozornění na konkurenční výhody projektu, silné stránky firmy a kompetence manažerského týmu. Prokázání schopnosti firmy hradit veškeré úroky a splátky, nutné k financování projektu. Podnikatelský plán by měl být zpracován kvalitně i po formální stránce. Bohužel ani vysoká kvalita podnikatelského záměru nemůže zaručit úspěch daného projektu, neboť jde o projekt rizikový. Za to ale kvalita přípravy projektu se může příznivě projevit, a to tím, že zvyšuje naději budoucího úspěchu. (Fotr a Souček, 2005)

Autoři Veber, Srpová (2008) definují podnikatelský plán jako písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny podstatné vnější a vnitřní faktory, které souvisejí se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující firmy. Tento plán konkretizuje záměry podnikatele do budoucna. Jeho zpracování vyžaduje nejen invenci, ale také odvahu a především flexibilitu. Daný plán je využíván k interním účelům podniku, avšak je vyžadován především externími subjekty. Uvnitř firmy slouží jako nástroj kontroly, plánovací nástroj či podklad pro rozhodovací proces aj., zejména v případech, kdy podnikatel firmu zakládá a kdy firmu čekají výrazné změny, které mohou mít dlouhodobé důsledky na její chod. Přínos podnikatelského plánu spočívá především v tom, že jeho zpracování umožňuje získání užitečných poznatků z analýz. Například z analýzy vnějšího okolí, která může pomoci při daňové soustavě, politické situaci apod. Další přínosem bezesporu je

včasné odhalení případných rizik nebo slabin, predikce vývoje finančních toků, zjištění potřeby a tvorby právě finančních prostředků z dané podnikatelské činnosti. Naopak externí subjekty analyzují na základě podnikatelského plánu schopnost firmy ucházet se o některý druh podnikatelské podpory nebo schopnost realizovat náročnější investiční program. Je zde třeba přesvědčit investory o výhodnosti a nadějnosti projektu, na nějž kapitál daná společnost požaduje. Významně k získání tohoto potřebného kapitálu může přispět právě i kvalitně zpracovaný podnikatelský plán. Při zpracování podnikatelského plánu by měly být dodržovány obecně platné zásady. Smyslem těchto zásad není zpracovatele plánu nějakým způsobem omezovat. Účelem podnikatelského plánu je ukázat směr, jakým daný plán formulovat a zvýšit tak jeho rating v očích osob mimo podnik. Z těchto důvodů je vhodné, aby byl srozumitelný, logický, uvážene stručný, pravdivý a reálný, také, aby v něm bylo obsaženo respektování rizik neboli identifikace rizik, popřípadě variantnost navrhovaných řešení právě v kritických momentech budoucnosti. Toto všechno zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu. (Veber a Srpová, 2008)

Obsah a struktura podnikatelského plánu podle Jaromíra Vebra a Jitky Srpové

Rozsah a zpracovanost podnikatelského plánu závisí nejen na velikosti firmy, ale také na účelu, pro který je daný podnikatelský plán určen. Rozdíly mezi rozsahem podnikatelského plánu mohou být závislé na tom, zda se nový podnik bude zabývat poskytováním služeb či výrobou anebo zda půjde o zboží osobní či průmyslové spotřeby. Komplexnost podnikatelského plánu může být rovněž ovlivněna jak velikostí trhu, tak konkurenčním a růstovým potenciálem. Při zpracování se přihlíží k tomu, zda je podnikatelský plán sestaven pro interní - vnitřní nebo externí - vnější účely. Před sestavením samotného podnikatelského plánu si musí podnikatel položit dvě základní otázky, a to „Co je skutečným cílem mého podnikání?“ a „Který moment mých podnikatelských aktivit představuje konkurenční výhodu?“ Bohužel není možné doporučit, ba dokonce nařídit pevnou strukturu podnikatelského plánu, a to ke všemu tak, aby vyhovovala všem podnikům. Ale i přes rozdíly existují některé části plánu, které by se v něm měly vyskytovat vždy. **Obsah**, často se něj bohužel zapomíná a pak má čtenář značně ztížené vyhledávání. Rozsáhlá podrobnost obsahu není příliš nutná, stačí obsah omezit na první tři úrovně nadpisů. **Shrnutí**, nesmí být chápáno jako úvod, ale jako souhrnná informace o tom, co je na následujících stránkách popsáno dopodrobna. Po přečtení shrnutí se má v čtenáři vzbudit nejen zvědavost, ale i zájem přečíst si i zbytek plánu a zabývat se jím

podrobněji. Záměrem shrnutí je podat přesvědčivý obraz o cílech firmy a cestách k jejich dosažení. Ve **všeobecném popisu firmy** se uvádí datum založení, sídlo firmy, majitelé, hlavní produkty, ale i motivaci k založení. Mimoto je zde třeba definovat strategii firmy, tedy dlouhodobé cíle a cesty k jejich dosažení. Stručně objasnit způsob, jakým bude definovaná strategie firmy dosažena, a zdroje, které budou k dosažení k dispozici. Základní strategické cíle firmy jako celku pak budou rozpracovány do dílčích cílů jednotlivých podnikových úseků. **Klíčové osobnosti** či osobnosti vedoucích pracovníků v řídicích funkcích, u kterých se obvykle uvádí dosažené vzdělání a také právě již nabyté zkušenosti. Zde je vhodné uvést organizační schéma. Je-li firma ve fázi zakládání, ukážou její vývoj lépe dvě organizační schémata. Jedno pro období rozběhu, druhá pro období, kdy budou všechny důležité funkce obsazeny. **Produkty, tedy výrobky či služby**, popis výrobků, který bude zajišťovat největší část obrátu, pak následují ostatní produkty. Popis technických funkcí, technologických podrobností a zdůraznění podstatných rysů, v nemalé míře je nezbytné soustředit se na popis produktu také z hlediska zákazníka. **Okolí firmy**, každá firma je obklopena prostředím, které na ni působí a ovlivňuje tak její chování. Podnikatel by měl nejen analyzovat parametry prostředí, sledovat jejich vývojové trendy, ale snažit se je i účelně využít pro další úspěšný rozvoj firmy. Jedná se zejména o ekonomické a technologické činitele, přírodní faktory, politickou situaci a její předpokládaný vývoj, ale také legislativní podmínky. Do okolí firmy zahrnujeme i analýzu konkurence. Podrobná analýza všech existujících konkurentů bohužel nezvyšuje vypovídací hodnotu sestavovaného podnikatelského plánu. Poskytovatelé kapitálu často bedlivě sledují intenzitu konkurence na konkrétním tržním segmentu. **Prodej**, činnosti, které mají úzký vztah k trhu jako například analýza trhu, plánování obrátu, distribuce produktu, podpora prodeje, což může být například reklama, účast na veletrzích či práce s prospekty, apod. Při prodeji je důležitých šest základních otázek, které autoři Veber, Srpová a kolektiv (2008, str. 103) uvádějí, jsou jimi „*Jaké kroky budou potřebné od prvního kontaktu se zákazníkem až po vyřízení zakázky? Jaké jsou běžné postupy při prodeji podobného produktu na trhu a bere firma ve své koncepci tyto postupy v úvahu? Kdo u zákazníka rozhoduje o koupi? Jak dlouho zákazníkovi rozhodovací proces trvá? Která opatření na podporu prodeje jsou plánována, proč a kdy? Kolik pracovníků se bude zabývat odbytem a kolik to bude stát?*“ **Výroba, provozní činnosti**, zde jde především o popis výrobních postupů a vyzdvižení konkurenčních výhod firmy. Například výrobní programy, stroje a zařízení, výrobní kapacity, materiálové a surovinové zabezpečení, prostorové umístění výroby. Při popisu daných výrobních metod je třeba dobře

zvážit, do jaké míry použít odborné termíny a zajít do hloubky problému. Zhodnotit jakou výrobní kapacitu podnik má a jak ji bude využívat a v neposlední řadě objasnit a zdůraznit vztahy s dodavateli. V konečném efektu by měla být prokázána orientace v okruzích, jakou jsou cenové výkyvy surovin a materiálů, počet dodavatelů, konkurenční prostředí na trhu jednotlivých dodavatelů, dodržování termínů ze strany dodavatelů, dostupnost surovin a materiálů do budoucna. **Jakost, environment, bezpečnost**, část, v níž firma musí zřetelně prezentovat svůj vztah k jakosti. Tuto svoji snahu může firma dokázat certifikáty shody s normami ISO 9001, které jsou zaměřené na systémy managementu kvality, nebo normami ISO 14001, které upravují systém environmentálního managementu. **Personální otázky**, personalistika poskytuje jasný přehled o současné situaci v personálním zabezpečení chodu firmy, jaké nároky na personál jsou vyžadovány. Výklad lze také doplnit tabulkou, ze které bude zřejmé, kolik osob bude na konci každého roku v jednotlivých oblastech zaměstnáno, včetně informací o jejich kvalifikaci. V soupisu se uvádí i hrubé mzdy a platy. Přesné údaje o osobních nákladech jsou poukázány níže ve finančním plánu. **Finanční plán**, transformuje výše uvedené části podnikatelského záměru do finanční podoby. Prokazuje reálnost daného podnikatelského záměru. Výstupy finančního plánu tvoří plánový výkaz zisku a ztráty, plánovaná rozvaha a plán peněžních toků. Plánované výkazy je vhodno doplnit stručným komentářem. Výstupy finančního plánu (absolutní ukazatele) musí mít reálné podklady, tzn. musí být zpracovány na základě dílčích plánů (např. prodejů), které jsou navzájem provázány. Minimální plánovací období je do doby vykázání zisku. Neméně důležité je přesvědčit externí subjekty o dlouhodobě rentabilním podnikatelském záměru. Pro doložení příznivého vývoje finanční situace firmy se uvádí v rámci finančního plánu poměrové finanční ukazatelé, mezi něž patří především ukazatelé rentability, likvidity, aktivity a zadluženosti. Ukazatelé rentability instruují poskytovatele kapitálu o schopnosti firmy vytvářet zisk a zhodnocovat vložený kapitál, ukazatelé likvidity oznamují o schopnosti splácet včas a bez komplikací krátkodobé závazky, tedy o krátkodobé stabilitě firmy, ukazatelé aktivity oznamují intenzitu využití jednotlivých složek majetku a ukazatelé zadluženosti poskytují informace o dlouhodobé stabilitě firmy. **Příloha**, mohou jimi být např. výpisy z obchodního rejstříku, životopisy důležitých osobností firmy, výsledky průzkumů trhu, zprávy a články z novin a časopisů o produktech a trhu, technologické schéma výroby, výkazy zisku a ztráty, rozvaha a peněžní toky za uplynulé období, důležité smlouvy, získané certifikáty aj. (Veber a Srpová, 2008)

Autoři Koráb, Peterka a Režňáková (2007, str. 11) řeší otázku „*Co je to vlastně podnikatelský plán?*“ Pro odpověď na tuto otázku musí použít podnikatelské literatury od Hisrich a Peters (1996), kteří podnikatelský plán definují jako „*písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku.*“

Podnikatelský plán je dokument sloužící pro majitele firmy, jejich manažery i pro externí investory. Pomáhá například při stanovení životaschopnosti podniku, poskytuje majiteli návod pro jeho další plánovací činnost, zároveň slouží jako důležitý nástroj při získávání finančních zdrojů a ke kontrole podnikatelských aktivit. V České republice jsou často negativní názory na kvalitu a úroveň zpracování daných podnikatelských plánů. Podnikatelé často neuvažují o tom, co potřebuje investor nebo banka a zamýšlejí se jen nad tím, co potřebují oni sami. (Koráb, Peterka a Režňáková 2007)

Autoři Koráb, Peterka a Režňáková (2007, str. 35) shrnuli stručně podnikatelský plán takto „*Člověk vnímá věci kolem sebe převážně zrakem, tedy vizuálně. Pokud se tedy snaží něco prodat či někoho přesvědčit, je vhodné mluvit vizuální řečí. I podnikatelský plán by měl tuto „podmínku“ respektovat. Je pravda, že mnoho podnikatelských plánů jsou relativně nudné dokumenty, plné tabulek a faktů. Pokud se podniku podaří od ostatních podnikatelů odlišit, bude ve výhodě. Ovšem není radno takto postupovat na úkor vlastního obsahu podnikatelského plánu. První dojem z předloženého dokumentu je sice podstatný (a často vyřadí z dalšího procesu zvažování), nicméně obsah – tedy logika, znalost trhu, schopnost zaujmout a přesvědčit – je vždy důležitější než sebelepší grafika.*“ (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

Obsah a struktura podnikatelského plánu podle Vojtěcha Korába, Jiřího Peterky a Marie Režňákové

Podnikatelský plán včetně obsahu je pro každý podnik individuální záležitostí, některé atributy by však měl mít každý podnikatelský plán, ať je vypracován pro jakýkoliv podnik a jakoukoliv skupinu uživatelů. **Titulní strana**, zahrnuje stručný výklad obsahu podnikatelského plánu. Nejčastěji jsou zde uvedeny údaje jako název, sídlo společnosti, jména podnikatelů a kontakty, popis podniku, povaha podnikání či způsob financování a jeho struktura. **Exekutivní souhrn**, zpracovává se nejčastěji až po sestavení celého podnikatelského plánu v rozsahu několika stran. Zda-li je podnikatelský plán zpracován pro investory, je jeho úkolem maximální podchycení zájmu potenciálních investorů. Investoři

se totiž na základě tohoto souhrnu rozhodují, zda má význam pročíst podnikatelský plán celý. Je tedy nutné této části věnovat mimořádnou pozornost. Exekutivní souhrn je stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů podnikatelského plánu jako hlavní myšlenka plánu, silné stránky, očekávání a také stručné tabulky finančního plánu – výhled na několik let. Cílem exekutivního souhrnu je vzbudit zvědavost pro přečtení celého plánu. **Analýza trhu**, především analýza konkurenčního prostředí, v níž jsou zařazeni všichni významní konkurenti, a to včetně jejich silných a slabých stránek a možností, jak by mohli negativně ovlivnit tržní úspěch podniku. Potom je zde také detailní analýza odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků. Rovněž jsou zde zahrnuty přírodní faktory, politická situace, legislativní podmínky aj. Nechybí také analýza zákazníků na základě provedení segmentace trhu. **Popis podniku**, předkládá se podrobný popis podniku. Je důležité, aby potenciálnímu investorovi byla zprostředkována představa co do velikosti podniku a také jeho záměru. Popis podniku obsahuje pouze doložitelná fakta, která se bezprostředně týkají založení podniku, různých úspěchů, definic strategie podniku, cílů a cesty k jejich dosažení. Klíčovými prvky v této části podnikatelského plánu proto jsou výrobky nebo služby, umístění/lokalita a velikosti podniku, přehled personálu podniku/organizační schéma, veškeré kancelářské zařízení a jiné technické vybavení, příprava podnikatele jako znalostní vybavení a předchozí praxe či reference. **Výrobní plán**, pasáž popisující celý výrobní proces. Pakliže bude podnik realizovat část výroby formou subdodávek, měli by zde být uvedeny právě i tyto subdodavatele včetně důvodů jejich výběru. Je nutné předložit informace o již uzavřených smlouvách. Pokud bude celou nebo i část výroby zajišťovat právě sám podnikatel, musí zde uvést popis potřebných strojů a zařízení, používané materiály a dodavatele těchto materiálů. Nejedná-li se o výrobní podnik, bude tato část nazývána „obchodní plán“ a bude obsahovat pouze informace o nákupu zboží a služeb, potřebné skladovací prostory atd. Jedná-li se o oblast poskytování služeb, bude se tato část podnikatelského plánu týkat popisu procesu poskytování služeb, vazby na subdodávky a také opět hodnocení vybraných subdodavatelů. K této části je vhodné připojit seznam produktů, které podnik vyrábí, či které má v plánu uvést na trh a ohodnocení jejich konkurenceschopnosti. Právě na tomto místě se uvádějí různé certifikáty jakosti, kterými podnik disponuje. **Marketingový plán**, část objasňující, jakým způsobem budou výrobky nebo služby distribuovány, oceňovány a propagovány. Uvádí se rovněž odhady objemů produkce nebo služeb, ze kterých lze následně odvodit odhad ziskovosti podniku. Tento plán bývá často investory považován za nejdůležitější součást zajištění úspěchu podniku.

Organizační plán, část podnikatelského plánu, v níž je popsána forma vlastnictví nového podniku. V případě obchodní společnosti je nutné detailně rozvést informace o managementu podniku a dále dle příslušné právní formy údaje o obchodních podílech. Jsou zde uvedeni klíčoví zaměstnanci podniku, jejich vzdělání a praktické zkušenosti. Je zde určena nadřízenost a podřízenost zaměstnanců. Celou tuto hierarchii znázorňuje organizační struktura podniku. **Hodnocení rizik** neboli popsání největších rizik, která mohou vyplynout jak z reakce konkurence, tak ze slabých stránek marketingu či výroby nebo manažerského týmu či technologického vývoje. Tato rizika musí být analyzována a zároveň musí být připravena žádoucí alternativní strategie pro jejich eliminaci. Pro potenciálního investory je tento přístup zárukou, že podnikatel si je takových rizik vědom a je schopen jim čelit v případě potřeby. **Finanční plán**, tvoří neméně důležitou součást podnikatelského plánu. Určuje objemy investic a ukazuje, zda a nakolik je ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek. Zabývá se třemi nejdůležitějšími oblastmi - předpoklad příslušných příjmů a výdajů s výhledem alespoň na tři roky, kde jsou zahrnuty očekávané tržby a kalkulované náklady. Vývoj hotovostních toků (Cash-flow) v příštích třech letech. A nakonec odhad rozvahy (balance), který poskytuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu. **Přílohy (podpůrná dokumentace)**, obvykle informativní materiály, které nelze začlenit do samotného textu podnikatelského plánu, avšak na jednotlivé přílohy by měly být v textu odkazy. Příkladem takovýchto informativních materiálů je korespondence se zákazníky, dodavateli, také třeba informace z primárního výzkumu, výpisy z obchodního rejstříku, výsledky průzkumu trhu, fotografie vyráběných produktů aj. (Koráb, Peterka a Režňáková, 2007)

Zahraniční autoři William G. Nickels, et al (2010) ve své knize Understanding business uvádějí, že dobrý podnikatelský plán je 25 až 50 stran dlouhý a jeho napsání trvá nejméně šest měsíců. Autoři takového plánu musí v pár slovech shrnout nejzajímavější body daného projektu a získat tak podporu investora. (Nickels, et al, 2010)

Obsah a struktura podnikatelského plánu podle autorů William G. Nickels, James M. Mchugh, Susan M. Mchugh

První z devíti částí je **shrnutí**, dvě až tři strany o popisu činnosti a diskuse o hlavních úkolech a cílech. **Zákulisí společnosti**, právní úvahy, oblasti rizika a příležitosti. Shrnutí finanční situace podniku, a pokud již podnik existuje, pak současná i minulé bilance zisku a ztrát či cash-flow. V této části může být uvedeno i pojistné krytí, neboť investoři chtějí mít

jistotu, že smrt nebo jiného nehody nepředstavují příliš velké riziko pro podnik. **Řízení týmu**, organizační schéma, popis práce uvedených pozic či podrobné životopisy jak současných pracovníků, tak i navrhovaných vedoucích pracovníků. Odborné znalosti ve všech segmentech potřebných k rozběhu a řízení podnikání jsou žádoucí u manažerů, pokud tomu tak není, je zde nutno uvést externí konzultanty, kteří tyto role budou plnit i popisem jejich kvalifikace. **Finanční plán**, pětiletý výhled příjmů, výdajů a zdrojů financování. Není dobré předpokládat, že podnikání poroste v přímé linii, proto je nutné upravit plánování tak, aby bylo možné financování v různých fázích růstu podniku. Vysvětlení důvodů a předpoklady použití právě pro stanovení odhadů. Tyto předpoklady mají být přiměřené a založené na průmyslových či historických trendech. **Požadovaný kapitál**, kapitál potřebný k zahájení nebo pokračování provozu a popis, jak má být daný kapitál využit. Součty musí odpovídat součtům v cash-flow výkazech. V této části vše musí být jasné a stručné. **Marketingový plán**, důležité je nepodceňovat konkurenci. Kontrola velikosti průmyslu, trendů i cílového segmentu trhu. Porovnání silných a slabých stránek nabízeného produktu či služby. Porovnání cen konkurence, vytvoření osnovy prodeje – reklama, propagace a program Public Relations neboli styku s veřejností. I zde se musí náklady shodovat s finančními výkazy. **Analýza prostorů**, v některých průmyslových odvětvích či v maloobchodě je umístění podniku jedním z nejdůležitějších faktorů. Komplexní demografická analýza spotřebitelů v oblasti navrhované činnosti. **Výrobní plán**, potřebné strojní zařízení, výrobní kapacita, metody inventarizace, kontrola kvality či personální požadavky, toto vše je zahrnuto ve výrobním plánu, stejně tak jako odhad nákladů založený na primárním výzkumu. **Příloha**, všechny marketingové výzkumy na výrobek či službu (například reporty ze skladu, otištěné články, atd.) a další informace o konceptu výrobku nebo velikosti trhu. Část podnikatelského plánu, která prokazuje, že navrhovaný podnik nebude vstupovat do upadajícího odvětví nebo tržního segmentu. (Nickels, et al, 2010).

Na základě vstupního monitoringu podnikatelského plánu se jevil nejlépe podnikatelský plán podle autorky Anny Staňkové a její knihy Podnikáme úspěšně s malou firmou. Nicméně na základě hlubšího prozkoumání a zejména komparace podnikatelských plánů od jiných autorů byl zvolen pro aplikačně-ověřovací část podnikatelský plán od autorů Jaromíra Vebra a Jitky Srpové. Tento plán je ideální, není ani dlouhý, ani krátký, je dobře popsán a srozumitelný. Komparace probíhala mezi pěti autory, každý z těchto plánů je jiný a něčím zajímavý. Podnikatelský plán od Anny Staňkové je poutavý, ale zároveň příliš obsáhlý a zdlouhavý. Naopak podnikatelský plán od autorů

Jiřího Fotra a Ivana Součka je příliš stručný a nevýrazný. Plán od zahraničních autorů je krátký a jednoduchý.

Volba nastala tedy mezi podnikatelským plánem od Jiřího Fotra a Ivana Součka a také podnikatelským plánem od Vojtěcha Korába, Jiřího Peterky a Marie Režňákové. Tento plán je také dobře pospaný a srozumitelný, ale zahrnuje výrobní, marketingový i organizační plán, což pro konkrétní zakládanou společnost není příliš vhodné.

Tab. 2.2 Srovnání obsahu podnikatelských plánů dle jednotlivých autorů

Anna Staňková (Zdroj - Staňková, 2010)	Jiří Fotr a Ivan Souček (Zdroj - Fotr, Souček, 2005)	Jaromír Veber a Jitka Srpová (Zdroj - Veber, Srpová, 2008)
Exekutivní sumář	Realizační resumé	Obsah
Popisy byznysu	Charakteristika firmy a cílů	Shrnutí
Marketing	Organizační řízení a manažerský tým	Všeobecný popis firmy
Místo podnikání	Přehled výsledků a závěrů technicko-ekonomické studie	Klíčové osobnosti
Finanční plán	Shrnutí a závěry	Produkty (výrobky či služby)
Management	Přílohy	Okolí firmy
Kritická místa		Prodej
Projekty podporující PP		Výroba, provozní činnosti
Vlivy sociální odpovědnosti na firmu		Jakost, environment, bezpečnost
Základní časové etapy		Personální otázky
Přílohy na žádost investorů		Finanční plán
		Příloha
Vojtěch Koráb, Jiří Peterka, Maria Režňáková (Zdroj – Peterka, Režňáková, 2007)	William G. Nickels, James M. Mchugh, Susan M. Mchugh (Zdroj – Nickels, Mchugh, Mchugh, 2010)	
Titulní strana	Shrnutí	
Exekutivní souhrn	Základní společnost	
Analýza trhu	Řízení týmu	
Popis podniku	Finanční plán	
Výrobní plán	Požadovaný kapitál	
Marketingový plán	Marketingový plán	
Organizační plán	Analýza prostorů	
Hodnocení rizik	Výrobní plán	
Finanční plán	Příloha	
Přílohy (podpůrná dokumentace)		

Zdroj: vlastní zpracování

Srovnání pěti podnikatelských plánů od čtyř českých autorů a jednoho zahraničního autora je vypracováno v tabulce 2.2. Tato tabulka slouží pro lepší přehlednost bodů obsažených v jednotlivých podnikatelských plánech.

Následující kapitola bakalářské práce bude zaměřena na konkrétní podnikatelský plán pro společnost Účetnictví G + S s. r. o., který bude dle předchozí komparace a následného rozhodnutí vypracován podle autorů Jaromíra Vebra a Jitky Sprové a jejich knihy Podnikání malé a střední firmy.

3. VYPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU PRO SPOLEČNOST S RUČENÍM OMEZENÝM V OBLASTI ÚČETNICTVÍ

V této části bakalářské práce bude zpracován podnikatelský plán řazený podle následujících bodů

- Shrnutí.
- Všeobecný popis firmy.
- Klíčové osobnosti.
- Produkty, tedy výrobky či služby.
- Okolí firmy.
- Jakost, environment, bezpečnost.
- Personální otázky.
- Finanční plán.

3.1 Shrnutí

Základní myšlenkou celého projektu je založení nové prosperující společnosti v oboru účetnictví, která bude nabízet služby - vedení účetnictví, vedení daňové evidence, činnost účetních poradců a zastupování klientů na úřadech. Postupem času budou nabízené služby rozšiřovány, proběhne rekvalifikace dosavadních znalostí, případné získání osvědčení Komory daňových poradců a zároveň rozšíření služeb právě o daňové poradenství. Společnost bude založena jako zcela nová a jejím hlavním strategickým, tedy dlouhodobým cílem bude vytvořit takovou společnost, která bude konkurenceschopná firmám působícím ve stejném oboru a zároveň ve stejném regionu. Zároveň vytvoření stálé klientely zákazníků, která zajistí existenci firmy a v neposlední řadě co nejvyšší kvalita a odborná úroveň. Operačním neboli krátkodobým cílem bude co nejrychlejší vstup na trh a posun pozice společnosti na co nejvyšší úroveň s postupným rozšířením služeb, a to i dle zájmů zákazníků. Know-how firmy bude vybudováno především na osobním a zároveň lidském a individuálním přístupu ke každému ze zákazníků a zároveň k jejich danému problému. Odlišnost od ostatních společností ve stejném oboru bude především v ochotě, flexibilitě, přístupu, časové dostupnosti a ceně. Toto je považováno za největší přednost a zároveň konkurenční

výhodu. Je zde předpoklad, že cílovými zákazníky budou především malé a střední firmy a drobní živnostníci z Ostravy a jejího nejbližšího okolí. V dalších letech bude zvážena možnost spolupráce s většími firmami. Tým společnosti bude složen ze dvou osob, a to majitelky, zakladatelky i jednatelky v jedné osobě Lucie Gallischkové a majitelky, zakladatelky a jednatelky v druhé osobě Zuzany Soškové. V době založení ani v době pozdější není v plánu přijetí nových zaměstnanců. Finančním cílem společnosti bude v začátku především pokrytí veškerých nákladů a v pozdějších letech teprve zisk. Základní kapitál společnosti bude činit 250.000 Kč a bude zapotřebí požádat banku o poskytnutí úvěru ve výši 300.000 Kč na pokrytí veškerých počátečních nákladů pro provoz kanceláře a zároveň zahájení činnosti společnosti.

3.2 Všeobecný popis firmy

Každý živnostník či podnikatel musí splňovat všeobecné podmínky pro získání živnosti a příslušného živnostenského listu. Tyto podmínky obě majitelky splňují. Společnost bude v obchodním rejstříku zapsaná pod názvem Účetnictví G + S s. r. o. a předmětem podnikání bude vedení účetnictví, vedení daňové evidence, činnost účetních poradců a zastupování na úřadech. Bohužel ani jedna z majitelek nemá zatím požadovanou praxi v oboru ani dokončené vysokoškolské vzdělání a bude zapotřebí odpovědného zástupce. Odpovědným zástupcem zakládané společnosti bude paní Ivana Gřonková, se sídlem Nejedlého 1384, PSČ 735 41, Petřvald a identifikačním číslem 64642585. Smluvní cena je předběžně dohodnuta na částku 10.000 Kč za měsíc v roce 2015. V letech 2016 a 2017 bude tato částka snížena na částku 5.000 Kč. Nejvhodnější právní forma pro společnost je společnost s ručením omezeným, a to především z důvodu omezeného ručení společníků za závazky společnosti, kteří ručí osobním majetkem právě do výše svého nesplaceného vkladu. Základní kapitál bude vložen na bankovní účet ve výši 250.000 Kč, i přesto, že od 01.01.2014 činí základní kapitál pro společnost s ručením omezeným jednu korunu podle § 142 Zákonu o obchodních korporacích č. 90/2012 Sb. Tato skutečnost bude uvedena ve společenské smlouvě. Je zde předpoklad, že vyšší základní kapitál působí na klienty seriózněji a zároveň důvěryhodněji. Základní kapitál bude složen na bankovní účet v den podepsání společenské smlouvy. Tento bankovní účet bude založen jako zcela nový u bankovní společnosti. Srovnání těchto bankovních společností a jejich nabídek účtů je přibliženo v tabulce 3.17 i s konečným vyhodnocením nejvýhodnějšího a zároveň nejvhodnějšího účtu pro danou společnost. Základní kapitál bude po zápisu do obchodního

rejstříku ponechán na bankovním účtu s tím, že společnost zažádá Komerční banku o úvěr ve výši 300.000 Kč, přičemž informace o tomto úvěru mají již zakladatelky předběžně zjištěny. Po připsání peněz na účet z poskytnutého úvěru bude tato částka společně se základním kapitálem použita na počáteční náklady nutné pro zahájení podnikatelské činnosti. Společnost bude založena ke dni 01.01.2015, a to společenskou smlouvou, která bude sepsána u notářky JUDr. Jarmily Valigurové. Podíly ve společnosti budou rozděleny rovným dílem, tedy 50%:50% a každá z majitelek a zároveň jednatelek bude oprávněna jednat jménem společnosti samostatně v plném rozsahu.

Tab. 3.1 Podíly a vklady majitelek - jednatelek

	Vklad	Podíl ve společnosti
Lucie Gallischková	125.000 Kč	50 %
Zuzana Sošková	125.000 Kč	50 %
Celkem	250.000 Kč	100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Vklad každé z majitelek a příslušný podíl lze též zjistit z tabulky 3.1.

3.3 Klíčové osobnosti

Jediné a tudíž i klíčové osobnosti společnosti budou majitelky a jednatelky zároveň - Lucie Gallischková a Zuzana Sošková. Obě již dnes mají ukončené vzdělání s maturitou a v době založení společnosti by měly mít titul Bc. z Vysoké školy Báňské – Technické univerzity v Ostravě, a to v oboru ekonomika a management (posléze titul Ing.). Lucie Gallischková má již zkušenosti s podnikáním, což je pro společnost, která je nově vznikající velkou výhodou. Nyní ani do budoucna neplánují přijímat žádné zaměstnance. Veškerý chod společnosti budou zajišťovat samy.

Na následující straně jsou uvedeny základní informace o společnosti - logo, název, sídlo, společníci, základní kapitál, datum založení, právní forma, druh živnosti, předmět podnikání a motivace k založení.

ZÁKLADNÍ INFORMACE O SPOLEČNOSTI

Logo společnosti:



Název společnosti:	Účetnictví G + S s. r. o.	
Sídlo společnosti:	Dr. Martínka 1155/55, 700 30 Ostrava-Hrabůvka	
Společníci:	Lucie Gallischková Dr. Martínka 1165/67 700 30 Ostrava-Hrabůvka	Zuzana Sošková Závodní 862/17 700 30 Ostrava-Hrabůvka
Základní kapitál:	250.000 Kč (dle společenské smlouvy)	
Datum založení:	01.01.2015	
Právní forma:	společnost s ručením omezeným	
Druh živnosti:	vázaná	
Předmět podnikání:	vedení účetnictví, vedení daňové evidence, činnost účetních poradců, zastupování na úřadech	
Motivace k založení:	vybudování prosperující firmy v oblasti účetnictví	

3.4 Produkty, tedy výrobky či služby

Společnost nebude poskytovat žádné hmotné produkty, ale výhradně služby. Mezi prioritní služby této společnosti bude patřit především vedení účetnictví, vedení daňové evidence, činnost účetních poradců, zastupování klientů na úřadech, mzdová a personální agenda. V nejbližší době i daňové poradenství. Tyto služby budou poskytovány nejčastěji drobným živnostníkům, malým a středním firmám. V budoucnu případně i firmám větším.

Nabídka služeb

Mzdy

- Měsíční přehledy pro zdravotní pojišťovny a okresní správu sociálního zabezpečení.
- Vyřizování formalit při nástupu a výstupu zaměstnanců do zaměstnání.
- Zpracování podkladů pro výpočet nemocenských dávek.
- Kompletní zpracování mzdové i personální agendy pro zaměstnavatele.
- Roční zúčtování daně vybírané zvláštní sazbou a rovněž daně ze závislé činnosti.
- Jednání s úřady, zastupování při kontrolách jednak na zdravotních pojišťovnách.
- Okresní správě sociálního zabezpečení, úřadech práce či finančních úřadech.

Účetní a daňová evidence

- Rekonstrukce účetnictví.
- Přechod z daňové evidence na účetnictví.
- Přechod z účetnictví na daňovou evidenci.
- Souhrnné zpracování daňové evidence dle klienta.
- Souhrnné zpracování účetnictví dle klienta.
- Restrukturalizace daňové evidence.
- Restrukturalizace účetnictví.
- Příprava podkladů pro třetí subjekty (banky, leasingové společnosti, atd.).
- Poradenství při sestavení vnitřních účetních směrnic.
- Vedení evidence majetku.
- Zastupování klientů při jednání na úřadech.

Daňové poradenství a daně

- Přiznání k dani z příjmů právnických osob.
- Přiznání k dani z příjmů fyzických osob (toto přiznání včetně přehledů právě pro danou zdravotní pojišťovnu a okresní správu sociálního zabezpečení).
- DPH neboli daň z přidané hodnoty.
- Daň z nabytí nemovitostí.
- Daň z nemovitostí.
- Daň silniční.
- Odklad pro podání příslušného daňového přiznání k dani z příjmů o tři měsíce, a to z důvodu auditu.

Daňová optimalizace

- Poradenství v oblasti daní i účetnictví a řešení z hlediska daňových dopadů.
- Možnost projednání více variant daňové strategie na základě účetních podkladů a výběr nejvhodnější alternativy právě pro optimalizaci daňového základu (po domluvě s klientem)

Nabídka cen

Ceny budou stanoveny paušálně a také podle jednotlivých úkonů. Paušál se bude týkat vedení daňové evidence a podvojného účetnictví. Tento paušál bude stanoven po dohodě s klientem, a to podle náročnosti daného účtování, počtu dokladů, atd. Vliv na paušál bude mít i skutečnost, zda je klient zastupován na úřadech na základě plné moci. Pokud si klient zvolí tzv. generální plnou moc bude mu účtována částka 5.000 Kč za rok. Výše ceny za poskytnuté služby bude známa vždy před daným úkonem a klient s ní bude srozuměn. Mimo měsíční paušál bude účtováno daňové poradenství, a to ve výši 500 Kč za hodinu za konzultaci. Nabídka cen individuálních úkonů mzdového účetnictví je uvedena v tab. 3.2.

Tab. 3.2

Mzdové účetnictví

Služba	Cena
Vedení mzdové agendy (1 zaměstnanec – zahrnuje měsíční přehledy na ZP a OSSZ)	200 Kč
Nástup zaměstnance	100 Kč
Odchod zaměstnance	100 Kč
Dohoda o provedení práce (1 zaměstnanec)	120 Kč
Dohoda o pracovní činnosti (1 zaměstnanec)	150 Kč
Zúčtování daně z příjmů ze závislé činnosti za rok (1 zaměstnanec)	150 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Nabídka cen pro vypracování jednotlivých daňových přiznání viz. tabulka 3.3.

Tab. 3.3 **Vypracování daňového přiznání**

Služba	Cena
K dani z příjmů právnických osob (1 přiznání)	2.000 Kč
K dani z příjmů fyzických osob (1 přiznání)	1.500 Kč
K DPH	již zahrnuto v měsíčním paušálu
K dani z nabytí nemovitostí (1 přiznání)	500 Kč
K dani z nemovitostí (1 přiznání)	500 Kč
K dani silniční (1 přiznání)	250 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Ceny mzdového účetnictví i vypracování daňového přiznání jsou srovnatelné s konkurencí. Viz. cena v marketingovém mixu.

3.5 Okolí firmy

Sídlo společnosti se bude nacházet na ulici Dr. Martíňka 1155/55 v Ostravě-Hrabůvce. Na této ulici bude i kancelář firmy. Dům, ve kterém se sídlo bude nacházet je zrevitalizován, tudíž zateplen a po výměně oken. Tyto prostory momentálně pronajímá SBD Vítkovice a souhlasí s tím, aby dané prostory byly využívány pro účetní firmu. Nájemní smlouva bude sepsána na dobu určitou od 01.01.2015 s dvouměsíční výpovědní lhůtou. Nájem a služby v kanceláři budou činit 7.000 Kč za měsíc v roce 2015, v roce 2016 budou tyto provozní náklady zvýšeny o pět procent oproti roku 2015 a v roce 2017 o dalších pět procent oproti předchozímu roku. Místo je dobře dostupné ze všech částí Ostravy, ať už osobním automobilem či městskou hromadnou dopravou. Parkovací místa před kanceláří jsou dostačující. Ani jedna z majitelů a současně i jednatelek společnosti nebude pořizovat do firmy osobní automobil, každá bude využívat soukromého vozidla a náklady na cestovné pak budou vypláceny ve formě cestovních náhrad dle příslušného zákona č. 262/2006 Sb. Zákoníku práce, a to ve znění pozdějších předpisů. Kancelář již v minulosti byla využívána, a proto nebude zapotřebí rozsáhlé rekonstrukce. V těchto prostorech bude nutné vymalovat a kancelář vybavit příslušným nábytkem a doplňky.

Cílovou skupinou budou především drobní živnostníci, také malé a střední podniky v okolí Ostravy. Z dostupných zdrojů, konkrétně z webových stránek Komory daňových poradců je zřejmé, že firem ve stejné oblasti v Ostravě působí 151. Každá z dané firmy se však zaměřuje na něco jiného, konkrétního, některá na vedení účetnictví, některá na daňové poradenství, jiná na souhrn těchto činností. Pět firem bude přiblíženo v kapitole 2.4.2 – Marketingový mix. Okolní firmy jsou konkurencí, se kterou společnost počítá, povede

to k neustálému zdokonalování, zlepšování a případným inovacím. Vybudovaná společnost plánuje vytvořit síť stálých klientů, rekvalifikovat své znalosti a později rozšířit i nabízené služby.

Tab. 3.4 **Úřední hodiny**

Pondělí (omezená pracovní doba)	09:00 – 17:00
Úterý	09:00 – 17:00
Středa (omezená pracovní doba)	09:00 – 17:00
Čtvrtek	09:00 – 17:00
Pátek	09:00 – 17:00
Sobota	Zavřeno
Neděle	Zavřeno

Zdroj: vlastní zpracování

Jak lze vyčíst z předchozí tabulky 3.4 úřední hodiny společnosti budou od pondělí do pátku, a to od 09:00 hodin do 17:00 hodin. V sobotu a v neděli bude zavřeno. Je zde předpoklad, že dva dny v týdnu budou vymezeny na návštěvy klientů v jejich firmách a zároveň i úřadů. Těmito dny budou pondělí a středa, neboť tyto dny mají úřední hodiny i úřady (finanční úřad, OSSZ, apod.)

Analýza mikroprostředí a makroprostředí

Analýza, která nastíní situaci nejen v mikroprostředí, ale i v makroprostředí. Pro tuto analýzu bude použita SWOT analýza, ze které vzejdou silné a slabé stránky společnosti a zároveň i příležitosti a hrozby. Poté také marketingový mix, který přiblíží čtyři základní prvky - produkt, cenu, distribuci, propagaci a v neposlední řadě odpisy i s následnými výpočty.

SWOT analýza

SWOT analýza nebo také analýza silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb. Silné a slabé stránky se týkají interního prostředí společnosti. Za silné stránky společnosti jsou považovány především flexibilita a spolehlivost, dále neustálé zlepšování a inovace společnosti a rozsah poskytovaných služeb. Naopak za slabé stránky je vnímán především skutečnost, že na trhu společnost bude krátce, bude tedy nová a zároveň neznámá. Ze začátku nebude mít dostatek vlastních finančních zdrojů právě na zlepšování a inovace. Je tak velmi pravděpodobné, že v budoucnu postupně navýší ceny za své služby. Co se týká externího prostředí, tedy příležitostí a hrozeb, za příležitosti pro společnost jsou považováni zákazníci mimo okolí Ostravy, kteří se o firmě postupem času dozvědí, bude tedy vzrůstat poptávka

po nabízených službách. V neposlední řadě bude příležitostí pro společnost přizpůsobení se novým trendům. Naopak jako hrozba je vnímána konkurence v oboru, případné změny legislativy či zvýšení cen například nájemného, energií nebo také účetního softwaru, který je pro společnost nezbytný.

V tabulce 3.5 je vytvořena konkrétní SWOT analýza pro společnost Účetnictví G + S s. r. o.

Tab. 3.5 SWOT analýza

Silné stránky (strengths)	Slabé stránky (weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilita - Spolehlivost - Zlepšování a inovace - Rozsah poskytovaných služeb 	<ul style="list-style-type: none"> - Nová a neznámá firma - Nedostatek vlastních zdrojů financování - Postupné zvýšení cen služeb naší společnosti
Příležitosti (opportunities)	Hrozby (threats)
<ul style="list-style-type: none"> - Přizpůsobení se novým trendům - Zákazníci mimo Ostravu - Rozšíření služeb firmy 	<ul style="list-style-type: none"> - Konkurence v oboru - Nižší poptávka než plán - Změna legislativy - Zvýšení cen nájemného, účetního softwaru apod.

Zdroj: vlastní zpracování

Marketingový mix

Část bakalářské práce, ve které jsou podrobněji rozebrány čtyři základní prvky marketingového mixu.

Produkt

Produktem může být buď hmotný výrobek nebo služba. Jelikož se jedná o účetní firmu, nebudou v nabídce žádné hmotné výrobky, nýbrž služby. Tyto konkrétní služby a jejich ceny jsou uvedeny a rozepsány v kapitole 3.5 - Produkty, tedy výrobky či služby. Služby musí být od začátku jasně definované a pro klienta přijatelné, v dalších letech je předpoklad, že tyto služby budou o daňové poradenství a podle aktuální situace je zvažováno i o rekvalifikaci v oblasti insolvenčí. Toto vše se bude v budoucnosti odvíjet podle aktuální situace společnosti na trhu.

Cena

V této oblasti půjde o jediný zdroj zisku, bude zde snaha, aby cena byla co nejnižší, ale zároveň pro společnost rentabilní. Čas teprve ukáže, zda byl odhad správný či nikoliv. Toto je dopředu bohužel velmi těžko předvídatelné. Během let nejspíše postupně dojde

k navýšení cen nabízených služeb. Toto navýšení však nesmí být markantní natolik, aby to stálé případně i nové klienty odradilo. Situace bude řešena s vývojem trhu. V prvních letech by ceny služeb měly pokrýt zejména náklady a posléze přinášet i zisk. Zda zisku bude dosaženo již v prvním roce podnikání bude vypočteno v kapitole 3.8 – Finanční plán, přesněji z výkazu zisku a ztráty.

Ceny jednotlivých služeb jsou uvedeny v tabulkách 3.2 a 3.3. Při srovnání jednotlivých cen s konkurencí bylo vycházeno z dostupných ceníků jednotlivých firem v nejbližším okolí, a to konkrétně tří firem: Komfort daně s. r. o., ACCONT Finance, s. r. o. a D&I Profi účto. Tyto ceníky jsou v přílohách č. 1 až 3.

1) Komfort daně s. r. o.

Adresa: Klegova 771/19, 700 30 Ostrava-Hrabůvka

Služby: Daně, účetnictví, mzdy a poradenství

2) ACCONT Finance, s. r. o.

Adresa: Volgogradská 2413/88, 700 30 Ostrava-Zábřeh

Služby: Účetnictví, daně, mzdy, personalistika

3) D&I profiúčto

Adresa: Dr. Martinka 1142/19, 700 30 Ostrava-Hrabůvka

Služby: Mzdy, daně, přiznání, poradenství

Vzhledem ke skutečnosti, že firem v oblasti účetnictví v okolí Ostravy je 151, jsou zde kromě tří firem předchozích přiblíženy i služby dalších dvou firem, a to konkrétně ML economy-accounting spol. s r. o. a Přesná kalkulačka s. r. o. Čtyři z těchto firem jsou z Ostravy-Hrabůvky a pátá z Ostravy-Zábřehu.

4) ML economy-accounting spol. s r. o.

Adresa: Hasičská 551/52, 700 30 Ostrava-Hrabůvka

Služby: Vedení účetnictví, vedení daňové evidence, daňová přiznání, služby v oblasti zpracování mezd a personalistiky, skladová evidence, tvorba databází, konzultace

5) Přesná kalkulačka s. r. o.

Adresa: Provaznická 90, 700 30 Ostrava-Hrabůvka

Služby: Účetnictví a daně, mzdy a personalistika, poradenství a doplňkové služby

Distribuce

Samotné služby budou distribuovány přímo v sídle společnosti Účetnictví G + S s. r. o., v její kanceláři, avšak po vzájemné domluvě je možno přijet i do firmy zákazníka.

Propagace

Vzhledem k dnešní době a rozsáhlosti internetu bude preferována propagace především na internetových doménách. Tyto webové stránky vytvoří zakladatelky samy a o případnou radu a pomoc poprosí své rodinné příslušníky, kteří mají v tomto oboru již zkušenosti. Z těchto webových bude jasné zřetelné i laikům, o jakou firmu se jedná, co za služby poskytuje a v jaké ceně tyto služby jsou. Dále zde bude uvedeno sídlo společnosti, výše základního kapitálu apod. Propagace bude přiměřená především velikosti firmy. Největší položkou v zakladatelském rozpočtu co se propagace týče bude štít s názvem a logem firmy, který bude umístěn na sídle společnosti. Předběžná kalkulace za vyhotovení tohoto štítu počítá s částkou 8.000 Kč. Pro začátek není v plánu vynakládat větší finanční prostředky pro propagaci a reklamu společnosti. Kromě štítu bude představovat položku nákladů poplatek právě za internetovou doménu, který bude činit 600 Kč za rok. Kromě internetu bude využito také inzerce v místních novinách jménem Jižní Listy. Důležitá bude snaha, aby klienti měli co nejlepší zkušenost s firmou a podělili se o tuto zkušenost s dalšími případnými klienty. Tyto reference jsou považovány za nejúčinnější část propagace.

Odpisy

Počítače a elektronika, kancelářský nábytek a software bude odepisován, a to podle daňových odpisů, které se řídí Zákonem o dani z příjmů konkrétně zákonem č. 586/1992, kde jsou uvedeny sazby pro konkrétní odpisové skupiny. Počítače a elektronika podle ZDP patří do odpisové skupiny 1 a odepisují se tři roky, kancelářský nábytek patří do OS 2 a odepisuje se pět let.

V tabulce 3.6 jsou zpracovány výpočty rovnoměrných odpisů pro dlouhodobý hmotný majetek, tedy pro počítače, elektroniku a kancelářský nábytek.

Tab.3.6 Odpisy dlouhodobého hmotného majetku - ROVNOMĚRNÉ

PC + Elektronika – OS 1; VC = 120 000 Kč	Roční odpis	Oprávky	ZC
2015	24.000 Kč	24.000 Kč	96.000 Kč
2016	48.000 Kč	72.000 Kč	48.000 Kč
2017	48.000 Kč	120.000 Kč	0 Kč
Kancelářský nábytek – OS 2; VC = 60 000 Kč	Roční odpis	Oprávky	ZC
2015	6.600 Kč	6.600 Kč	53.400 Kč
2016	13.350 Kč	19.950 Kč	40.050 Kč
2017	13.350 Kč	33.300 Kč	26.700 Kč
2018	13.350 Kč	46.650 Kč	13.350 Kč
2019	13.350 Kč	60.000 Kč	0 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky 3.7 lze vyčíst výpočty odpisů dlouhodobého hmotného majetku dle zrychleného odepisování.

Tab. 3.7 Odpisy dlouhodobého hmotného majetku - ZRYCHLENÉ

Elektronika – OS 1; VC = 120 000 Kč	Roční odpis	Oprávky	ZC
2015	40.000 Kč	40.000 Kč	80.000 Kč
2016	53.334 Kč	93.334 Kč	26.666 Kč
2017	26.666 Kč	120.000 Kč	0 Kč
Kancelářský nábytek – OS 2; VC = 60 000 Kč	Roční odpis	Oprávky	ZC
2015	12.000 Kč	12.000 Kč	48.000 Kč
2016	19.200 Kč	31.200 Kč	28.800 Kč
2017	14.400 Kč	45.600 Kč	14.400 Kč
2018	9.600 Kč	55.200 Kč	4.800 Kč
2019	4.800 Kč	60.000 Kč	0 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Software je dlouhodobým nehmotným majetkem a odepisuje se 36 měsíců. Výpočet odpisů pro tento majetek je uveden v tabulce 3.8.

Tab. 3.8 Odpisy dlouhodobého nehmotného majetku

Software – 36 měsíců; VC 65 000 Kč	Roční odpis	Oprávky	ZC
2015 – 11 měsíců	19.862 Kč	19.862 Kč	45.183 Kč
2016 – 12 měsíců	21.667 Kč	41.529 Kč	23.471 Kč
2017 – 12 měsíců	21.667 Kč	63.196 Kč	1.804 Kč
2018 – 1 měsíc	1.804 Kč	65.000 Kč	0 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Výpočet rovnoměrných odpisů se v prvním roce i v dalším letech provádí totožně, a to vynásobením vstupní ceny s příslušným koeficientem z tabulky 3.9, přičemž tento výsledek se vydělí 100. U zrychlených odpisů se výpočet v prvním roce a v dalším letech liší. V prvním roce se vypočte vydělením vstupní ceny a patřičným koeficientem z tabulky 3.9. V dalším letech se poté zdvojnásobí zůstatková cena a tento výsledek se vydělí patřicím koeficientem z tabulky 3.9 s tím, že se od něj odečte požadovaný počet let.

Tab. 3.9

Tabulka koeficientů

	Odpisová skupina	Koeficient v prvním roce odepisování	Koeficient v dalších letech odepisování
Zrychlené odepisování	1	3	4
	2	5	6
Rovnoměrné odepisování	1	20	40
	2	11	22,25

Zdroj: vlastní zpracování na základě: ZÁKON O DANI Z PŘÍJMŮ č. 586/1992 Sb.

Po komparaci zrychlených i rovnoměrných odpisů bude majetek odepisován rovnoměrně. Pomocí těchto odpisů se majetek kromě prvního roku odepisuje stejnou částkou, což je pro společnost přijatelnější, neboť zrychlené odpisy se odepisují skokově, což je méně vhodné pro danou společnost.

3.6 Jakost, environment, bezpečnost

Do jakosti, environmentu a bezpečnosti je řazena především bezpečnost a ochrana zdraví při práci a požární ochrana.

Bezpečnost a ochrana zdraví při práci i požární ochrana jsou nedílnou součástí každého podniku. Zaměstnavatel je povinen dodržovat bezpečnost práce a obecná pravidla této bezpečnosti, které jsou uvedeny v zákoně o BOZP č. 309/2006, o zajištění dalších podmínek bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Stejně jako zaměstnavatel musí dodržovat dané pravidla, musí i zaměstnanci dbát dle svých možností právě na vlastní zdraví. Společnost Účetnictví G + S s. r. o. zaměstnance mít nebude a tak bude dbát především na bezpečnost zákazníků a také dvou majitelek, zakladatelek a jednatelek zároveň.

Požární ochranu upravuje zákon č. 133/1985 Sb., o požární ochraně. Kancelář společnosti dle § 4 odst. 2 spadá do kategorie bez zvýšeného požárního nebezpečí. Přesto zákon ukládá dodržovat obecná pravidla.

Jelikož ani jedna z majitelek nemá v BOZP a PO zkušenosti a nechtějí nic zanedbat, budou užívat služeb firmy specializující se v tomto odvětví. V úvahu přichází firma BEPO z Ostravy, která zajistí, vše co se BOZP a PO týká. Například směrnice systému BOZP, požární poplachové směrnice, návrh značení BOZP, ale také dodržování termínů, zpracování dokumentace vyplývající z ustanovení daných zákonů, apod.

3.7 Personální otázky

Jelikož na začátku podnikání a ani v budoucnu nebudou přijímáni noví zaměstnanci, budou se mzdové náklady týkat Lucie Gallischkové a Zuzany Soškové. Hrubá mzda každé jednatelky v roce 2015 bude činit 20.000 Kč měsíčně. V letech 2016 a 2017 bude činit 25.000 Kč za měsíc. Tato mzda každé z jmenovaných se bude odvíjet od aktuální finanční situace společnosti. Toto je výhled, který je reálný, ale musí být počítáno i s tím, že skutečnost v daném roce může být odlišná a zároveň i hrubá mzda může klesnout nebo naopak stoupnout.

V tabulce 3.10 je uvedena hrubá mzda, odvod sociálního pojištění a zdravotního pojištění a následná čistá mzda.

Tab. 3.10 Měsíční mzdové náklady

LUCIE GALLISCHKOVÁ	2015/ měsíc	2016/měsíc	2017/měsíc
HM	20.000 Kč	25.000 Kč	25.000 Kč
Odvod ZP – zaměstnanec (4,5 %)	900 Kč	1.125 Kč	1.125 Kč
Odvod ZP - zaměstnavatel (9 %)	1.800 Kč	2.250 Kč	2.250 Kč
Odvod SP – zaměstnanec (6,5 %)	1.300 Kč	1.625 Kč	1.625 Kč
Odvod SP (25 %)	5.000 Kč	6.250 Kč	6.250 Kč
SHM (HM + SP + ZP) – zaměstnavatel	26.800 Kč	33.500 Kč	33.500 Kč
Záloha na daň – 15 %	4.020 Kč	5.025 Kč	5.025 Kč
Sleva na poplatníka	2.070 Kč	2.070 Kč	2.070 Kč
Záloha na daň z příjmu po slevě	1.950 Kč	2.955 Kč	2.955 Kč
ČM (HM – SP – ZP – daň po slevě), SP a ZP – zaměstnanec	15.350 Kč	18.670 Kč	18.670 Kč
ZUZANA SOŠKOVÁ	2015/měsíc	2016/měsíc	2017/měsíc
HM	20.000 Kč	25.000 Kč	25.000 Kč
Odvod ZP – zaměstnanec (4,5 %)	900 Kč	1.125 Kč	1.125 Kč
Odvod ZP - zaměstnavatel (9 %)	1.800 Kč	2.250 Kč	2.250 Kč
Odvod SP – zaměstnanec (6,5 %)	1.300 Kč	1.625 Kč	1.625 Kč
Odvod SP (25 %)	5.000 Kč	6.250 Kč	6.250 Kč
SHM (HM + SP + ZP) – zaměstnavatel	26.800 Kč	33.500 Kč	33.500 Kč
Záloha na daň – 15 %	4.020 Kč	5.025 Kč	5.025 Kč
Sleva na poplatníka	2.070 Kč	2.070 Kč	2.070 Kč
Záloha na daň z příjmu po slevě	1.950 Kč	2.955 Kč	2.955 Kč
ČM (HM – SP – ZP – daň po slevě), SP a ZP – zaměstnanec	15.350 Kč	18.670 Kč	18.670 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Mzdové náklady celkem za obě jednatelky budou činit v roce 2015 – 40.000 Kč měsíčně, v roce 2016 i 2017 – 50.000 Kč měsíčně.

3.8 Finanční plán

Finance, které jsou nezbytné jak na počátku podnikání, tak i v jeho průběhu. V prvním roce podnikání bude upřednostněno pokrytí nákladů před ziskem. Se ziskem bude počítáno v dalších letech podnikání, vše však záleží na okolnostech.

Náklady

Vstupní investicí do podnikání bude částka 250.000 Kč - základní kapitál, po zápisu do obchodního rejstříku je možnost se základním kapitálem disponovat, nemusí být deponován. Bohužel ani tak tato částka nebude dostačující na pokrytí veškerých počátečních nákladů a bude žádáno o úvěr u Komerční banky ve výši 300.000 Kč. Vstupními náklady, které jsou nutné při založení společnosti budou v roce 2015 výpis z obchodního rejstříku za obě jednatelky, notářský zápis společenské smlouvy, poplatky a kolky a živnostenský list. Dalším důležitým vstupním nákladem bude BOZP a PO v roce 2015 i v dalších letech. Vstupní náklady v letech 2016 a 2017 již nebudou. Jelikož se kancelář musí dát do takového stavu, aby byla provozuschopná, bude zapotřebí dalších vstupních nákladů - barvy a malířské potřeby, čisticí prostředky, kancelářské potřeby, odborná literatura a zákony či drobnosti na zařízení kuchyňky i kanceláře. Nábytek do kanceláře, počítače s elektronikou a software i s následnou aktualizací budou nezbytné pro chod dané společnosti. Mzdové náklady jsou vyčísleny v roce 2015 dohromady na částku 480.000 Kč. V období let 2016 a 2017 na částku 600.000 Kč. Mzdové náklady se budou odvíjet od zisku firmy. V neposlední řadě provozní náklady, tedy náklady, které jsou nutné pro provoz celé společnosti a budou se platit měsíčně. Patří zde nájem a služby, internet, mobilní telefony - paušály, IT služby, cestovní náhrady, poštovné, pak kancelářské potřeby, čisticí prostředky, náklady na reprezentaci a také školení a literatura. Tyto náklady jsou zpracovány v přehledné a podrobné tabulce 3.11 vždy s příslušnou částkou za rok 2015, 2016 a 2017. Vstupní náklady, které se týkají samotného založení společnosti za rok 2015 budou dosahovat podle předpokladů 18.100 Kč, za rok 2016 i za rok 2017 pak 2.000 Kč. Vstupní náklady na vybavení kanceláře v roce 2015 – 33.000 Kč, ale v letech 2016 a 2017 budou nulové. Tyto vstupní náklady se týkají především vybavení kanceláře potřebné k zahájení činnosti. Dalšími vstupní náklady budou dosahovat v roce 2015 – 215.000 Kč a v letech 2016 i 2017 se sníží na částku 5.000 Kč.

Provozní náklady budou v roce 2015 v částce 358.800 Kč, v roce 2016 se tyto náklady zvýší o 5 %, zároveň bude snížena odměna pro odpovědného zástupce z 10.000 Kč měsíčně na částku 5.000 Kč měsíčně, celkové provozní náklady za rok 2016 budou ve výši 310.740 Kč. V roce 2017 se provozní náklady opět zvýší o 5 % oproti roku 2016, odměna pro odpovědného zástupce již zůstane stejná, v tomto roce budou celkové provozní náklady 323.277 Kč. Všechny náklady jsou předběžné a mohou se během let změnit.

Tab. 3.11 Náklady v letech 2015, 2016, 2017

VN – založení společnosti	2015	2016	2017
Výpis z rejstříků trestů (dvakrát)	100 Kč	0 Kč	0 Kč
Notářský zápis společenské smlouvy	6.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Poplatky a kolky	6.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Živnostenský list	1.000 Kč	0 Kč	0 Kč
BOZP a PO	5.000 Kč	2.000 Kč	2.000 Kč
Celkem VN – založení společnosti	18.100 Kč	2.000 Kč	2.000 Kč
VN – vybavení I.	2015	2016	2017
Barvy, malířské potřeby	3.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Čistící potřeby	2.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Kancelářské potřeby	5.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Odborná literatura a zákony	5.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Dovybavení kanceláře a kuchyňky	10.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Propagace – štít na sídlo firmy	8.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Celkem VN – vybavení I.	33.000 Kč	0 Kč	0 Kč
VN – vybavení II.	2015	2016	2017
Nábytek do kanceláře	50.000 Kč	0 Kč	0 Kč
PC a elektronika	100.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Software	65.000 Kč	0 Kč	0 Kč
Aktualizace softwaru	0 Kč	5.000 Kč	5.000 Kč
Celkem VN – vybavení II.	215.000 Kč	5.000 Kč	5.000 Kč
Mzdové náklady	2015	2016	2017
Lucie Gallischková	240.000 Kč	300.000 Kč	300.000 Kč
Zuzana Sošková	240.000 Kč	300.000 Kč	300.000 Kč
Celkem Mzdové náklady	480.000 Kč	600.000 Kč	600.000 Kč
Provozní náklady	2015	2016	2017
Nájem a služby	84.000 Kč	88.200 Kč	92.610 Kč
Internet	7.200 Kč	7.560 Kč	7.938 Kč
Mobilní telefony – paušály	18.000 Kč	18.900 Kč	19.845 Kč
IT služby	6.000 Kč	6.300 Kč	6.615 Kč
Cestovní náhrady	60.000 Kč	63.000 Kč	66.150 Kč
Poštovné	6.000 Kč	6.300 Kč	6.615 Kč
Kancelářské potřeby	12.000 Kč	12.600 Kč	13.230 Kč
Čistící prostředky	2.400 Kč	2.520 Kč	2.646 Kč
Náklady na reprezentaci	6.000 Kč	6.300 Kč	6.615 Kč
Školení a literatura	30.000 Kč	31.500 Kč	33.075 Kč
Webová doména	7.200 Kč	7.560 Kč	7.938 Kč
Odpovědný zástupce	120.000 Kč	60.000 Kč	60.000 Kč
Celkem Provozní náklady	358.800 Kč	310.740 Kč	323.277 Kč
Náklady celkem	1,104.900 Kč	917.714 Kč	930.277 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Jak vyplývá z předchozí tabulky 3.11 celkové náklady budou v roce 2015 – 1,104.900 Kč, v roce 2016 se sníží na částku 917.714 Kč, naopak v roce 2017 vzrostou na částku 930.277 Kč.

Z následující tabulky 3.12 lze vyčíst částky jednotlivých provozních nákladů, a to za měsíc.

Tab. 3.12 Měsíční jednotlivé provozní náklady v letech 2015, 2016 a 2017

Provozní náklady	2015/měsíc	2016/měsíc	2017/měsíc
Nájem a služby	7.000 Kč	7.350 Kč	7.717,5 Kč
Internet	600 Kč	630 Kč	661,5 Kč
Mobilní telefony – paušály	1.500 Kč	1.575 Kč	1.653,75 Kč
IT služby	500 Kč	525 Kč	551,25 Kč
Cestovní náhrady	5.000 Kč	5.250 Kč	5.512,5 Kč
Poštovné	500 Kč	525 Kč	551,25 Kč
Kancelářské potřeby	1.000 Kč	1.050 Kč	1.102,5 Kč
Čisticí prostředky	200 Kč	210 Kč	220,5 Kč
Náklady na reprezentaci	500 Kč	525 Kč	551,25 Kč
Školení a literatura	2.500 Kč	2.625 Kč	2.756,25 Kč
Webová doména	600 Kč	630 Kč	661,5 Kč
Odpovědný zástupce	10.000 Kč	5.000 Kč	5.000 Kč
Celkem	29.900 Kč	25.895 Kč	26.939,75 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Jednotlivé provozní náklady v roce 2015 dosáhnou částky 29.900 Kč, v následujícím roce budou v částce 25.895 Kč a v roce 2017 pak budou činit 26.939,75 Kč. V provozních nákladech je počítáno s meziročním nárůstem o 5 %, není však vyloučeno, že toto navýšení může být nižší nebo naopak vyšší, což je při dané ekonomické situaci pravděpodobnější.

Výnosy

Výnosy neboli předpokládané tržby společnosti jsou těžko předvídatelné. Avšak vize, přání a i realita je taková, že měsíční tržby za mzdovou a personální agendu budou 12.000 Kč, za daňová přiznání a poradenství 10.000 Kč, za vedení daňové evidence 22.000 Kč a za vedení účetnictví 35.000 Kč. Přehled individuálních měsíčních i ročních výnosů ukazuje tabulka 3.13.

Tab. 3.13 Výnosy měsíční a v letech 2015, 2016, 2017

Služby	2015/měsíc	2015	2016	2017
Mzdová a personální agendu	12.000 Kč	144.000 Kč	151.200 Kč	158.760 Kč
Daňová přiznání a poradenství	10.000 Kč	120.000 Kč	126.000 Kč	132.300 Kč
Vedení daňové evidence	22.000 Kč	264.000 Kč	277.200 Kč	291.060 Kč
Vedení účetnictví	35.000 Kč	420.000 Kč	441.000 Kč	463.050 Kč
Celkem	79.000 Kč	948.000 Kč	995.400 Kč	1,045.170 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V roce 2015 budou celkové tržby činit 948.000 Kč, přičemž měsíčně tyto tržby budou v částce 79.000 Kč, v letech 2016 se předpokládá zvýšení těchto tržeb o 5 % oproti roku 2015 na částku 995.400 Kč a v roce 2017 zvýšení opět o 5 % oproti roku 2016 na částku 1,045.170 Kč. Vzhledem k tomu, že za poskytnuté služby mohou být individuálně stanovené ceny, velmi to ztěžuje odhad.

Tržby jsou poněkud vysoké, ale reálné. Lucie Gallsichková má již zkušenosti s podnikáním, což je pro nově vznikající společnost velkou výhodou. V oblasti účetnictví podniká jako fyzická osoba na základně živnostenského listu. Vzhledem k tomu, že převede portfolio svých dosavadních zákazníků do nově vznikající společnosti, je možno těchto tržeb dosáhnout. Nadále je předvídána skutečnost, že do společnosti přibudou i noví zákazníci, kteří pomohou předpokládaných tržeb dosáhnout.

Pro začátek podnikání je nutné sestavit rozvahu, která zobrazí, jaké má společnost aktiva - majetkovou strukturu a jaké pasiva - finanční strukturu. Rozvaha k 01.01.2015 zakládané společnosti je zobrazena v tabulce 3.14.

Tab. 3.14 Rozvaha k 01.01.2015

Aktiva – majetková struktura		Pasiva – finanční struktura	
1. Pohledávky za upsaný kapitál	0 Kč	1. Vlastní kapitál	
2. Dlouhodobý majetek		a) Základní kapitál	250.000 Kč
a) Dlouhodobý nehmotný majetek		b) Kapitálové fondy	0 Kč
- Software	65.000 Kč	c) Fondy ze zisku	0 Kč
b) Dlouhodobý hmotný majetek		d) VH minulých let	0 Kč
- PC + elektronika	100.000 Kč	e) VH běžného účetního období	0 Kč
- Kancelářský nábytek	50.000 Kč	Vlastní kapitál celkem	250.000 Kč
c) Dlouhodobý finanční majetek	0 Kč	2. Cizí zdroje	
Dlouhodobý majetek celkem	215.000 Kč	a) Rezervy	0 Kč
3. Oběžná aktiva		b) Dlouhodobé závazky	0 Kč
a) Zásoby	0 Kč	c) Krátkodobé závazky	0 Kč
b) Pohledávky	0 Kč	d) Bankovní úvěry	300.000 Kč
c) Krátkodobý finanční majetek		Cizí zdroje celkem	300.000 Kč
- Pokladna	35.000 Kč	3. Ostatní pasiva	0 Kč
- Běžný účet	300.000 Kč		
Oběžná aktiva celkem	335.000 Kč		
4. Ostatní aktiva	0 Kč		
Aktiva celkem	550.000 Kč	Pasiva celkem	550.000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Do majetkové struktury společnosti je zahrnut dlouhodobý majetek v celkové částce 215.000 Kč, oběžná aktiva ve výši 335.000 Kč, aktiva celkem budou – 550.000 Kč. Na straně pasiv bude základní kapitál v částce 250.000 Kč a bankovní úvěr ve výši 300.000 Kč. Celkem pasiva budou činit 550.000 Kč a bude tak zachováno a dodrženo zlaté bilanční pravidlo, kdy aktiva se musí rovnat pasivům.

Tabulka 3.15 znázorňuje poskytnutý úvěr od banky v počáteční výši 300.000 Kč, také měsíční splátku a úrok.

Tab. 3.15 **Plánovaný úvěr, splátky, úroky**

Splátka	PS úvěru	Splátka	Úrok	Úmor	KS úvěru
Leden 2015	300.000 Kč	10.400 Kč	3.750 Kč	6.650 Kč	293.350
Únor 2015	293.350 Kč	10.400 Kč	3.667 Kč	6.733 Kč	286.618
Březen 2015	286.618 Kč	10.400 Kč	3.583 Kč	6.817 Kč	279.801
Duben 2015	279.801 Kč	10.400 Kč	3.498 Kč	6.902 Kč	272.899
Květen 2015	272.899 Kč	10.400 Kč	3.411 Kč	6.988 Kč	265.910
Červen 2015	265.910 Kč	10.400 Kč	3.324 Kč	7.076 Kč	258.835
Červenec 2015	258.835 Kč	10.400 Kč	3.235 Kč	7.164 Kč	251.670
Srpen 2015	251.670 Kč	10.400 Kč	3.146 Kč	7.254 Kč	244.417
Září 2015	244.417 Kč	10.400 Kč	3.055 Kč	7.344 Kč	237.072
Říjen 2015	237.072 Kč	10.400 Kč	2.963 Kč	7.436 Kč	229.636
Listopad 2015	229.636 Kč	10.400 Kč	2.870 Kč	7.529 Kč	222.107
Prosinec 2015	222.107 Kč	10.400 Kč	2.776 Kč	7.623 Kč	214.484
Celkem	-	-	39.278 Kč	-	-
Leden 2016	214.484 Kč	10.400 Kč	2.681 Kč	7.719 Kč	206.765 Kč
Únor 2016	206.765 Kč	10.400 Kč	2.585 Kč	7.815 Kč	198.950 Kč
Březen 2016	198.950 Kč	10.400 Kč	2.487 Kč	7.913 Kč	191.037 Kč
Duben 2016	191.037 Kč	10.400 Kč	2.388 Kč	8.012 Kč	183.026 Kč
Květen 2016	183.026 Kč	10.400 Kč	2.288 Kč	8.112 Kč	174.914 Kč
Červen 2016	174.914 Kč	10.400 Kč	2.186 Kč	8.213 Kč	166.701 Kč
Červenec 2016	166.701 Kč	10.400 Kč	2.084 Kč	8.316 Kč	158.385 Kč
Srpen 2016	158.385 Kč	10.400 Kč	1.980 Kč	8.420 Kč	149.965 Kč
Září 2016	149.965 Kč	10.400 Kč	1.875 Kč	8.525 Kč	141.440 Kč
Říjen 2016	141.440 Kč	10.400 Kč	1.768 Kč	8.632 Kč	132.809 Kč
Listopad 2016	132.809 Kč	10.400 Kč	1.660 Kč	8.739 Kč	124.069 Kč
Prosinec 2016	124.069 Kč	10.400 Kč	1.551 Kč	8.849 Kč	115.220 Kč
Celkem	-	-	25.533 Kč	-	-
Leden 2017	115.220 Kč	10.400 Kč	1.440 Kč	8.959 Kč	106.261 Kč
Únor 2017	106.261 Kč	10.400 Kč	1.328 Kč	9.071 Kč	97.190 Kč
Březen 2017	97.190 Kč	10.400 Kč	1.215 Kč	9.185 Kč	88.005 Kč
Duben 2017	88.005 Kč	10.400 Kč	1.100 Kč	9.300 Kč	78.705 Kč
Květen 2017	78.705 Kč	10.400 Kč	984 Kč	9.416 Kč	69.290 Kč
Červen 2017	69.290 Kč	10.400 Kč	866 Kč	9.533 Kč	59.756 Kč
Červenec 2017	59.756 Kč	10.400 Kč	747 Kč	9.653 Kč	50.104 Kč
Srpen 2017	50.104 Kč	10.400 Kč	626 Kč	9.773 Kč	40.330 Kč
Září 2017	40.330 Kč	10.400 Kč	504 Kč	9.895 Kč	30.435 Kč
Říjen 2017	30.435 Kč	10.400 Kč	380 Kč	10.019 Kč	20.416 Kč
Listopad 2017	20.416 Kč	10.400 Kč	255 Kč	10.144 Kč	10.271 Kč
Prosinec 2017	10.271 Kč	10.400 Kč	128 Kč	10.271 Kč	0 Kč
Celkem	-	-	9.573 Kč	-	-

Zdroj: vlastní zpracování na základě: ÚVĚROVÁ KALKULAČKA, 2014

Úvěr bude ve výši 300.000 Kč, měsíční splátka bude činit částku 10.400 Kč, délka splácení bude 36 měsíců, tedy tři roky. Za tuto dobu se celkem přeplatí 74.384 Kč na úrocích bance.

Dalším nepostradatelným výkazem po rozvaze je výkaz zisku a ztráty. V tabulce 3.16 je upraven tento výkaz na budoucí tři roky od založení společnosti - 2015, 2016 a 2017. Jsou zde zobrazeny výnosy, náklady, výsledek hospodaření před zdaněním, daň a případná ztráta či zisk společnosti

Tab. 3.16 **Výkaz zisků a ztráty**

	2015	2016	2017
Výnosy			
Tržby za prodej zboží	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Tržby za prodej	1,020.000 Kč	1,124.000 Kč	1,173.000 Kč
Výnosy celkem	948.000 Kč	995.400 Kč	1,045.170 Kč
Náklady			
Nájem a služby	84.000 Kč	88.200 Kč	92.610 Kč
Internet	7.200 Kč	7.560 Kč	7.938 Kč
Mobilní telefony – paušály	18.000 Kč	18.900 Kč	19.845 Kč
IT služby	6.000 Kč	6.300 Kč	6.615 Kč
Cestovní náhrady	60.000 Kč	63.000 Kč	66.150 Kč
Poštovné	6.000 Kč	6.300 Kč	6.615 Kč
Kancelářské potřeby	12.000 Kč	12.600 Kč	13.230 Kč
Čistící prostředky	2.400 Kč	2.520 Kč	2.646 Kč
Náklady na reprezentaci	6.000 Kč	6.300 Kč	6.615 Kč
Školení a literatura	30.000 Kč	31.500 Kč	33.075 Kč
Webová doména	7.200 Kč	7.560 Kč	7.938 Kč
Odpovědný zástupce	120.000 Kč	60.000 Kč	60.000 Kč
Osobní náklady	480.000 Kč	600.000 Kč	600.000 Kč
Odpisy	50.462 Kč	83.017 Kč	83.017 Kč
Úroky z úvěru	39.278 Kč	25.533 Kč	9.573 Kč
Náklady celkem	928.540 Kč	1,019.290 Kč	1,015.867 Kč
VH před zdaněním	19.460 Kč	- 23.890 Kč	29.303 Kč
Daň z příjmů za běžnou činnost (19 %)	3.610 Kč	0 Kč	5.510 Kč
VH po zdanění	15.850 Kč	- 23.890 Kč	23.793 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Výnosy z prodeje služeb celkem v roce 2015 budou 948.000 Kč, v roce 2016 – 995.400 Kč a v roce 2017 – 1,045.170 Kč. Náklady budou dosahovat podle předpokladů v roce 2015 částky 928.540 Kč, v roce 2016 budou činit 1,019.290 Kč a v roce 2017 poté 1,015.867 Kč. Výsledek hospodaření za běžnou činnost před zdaněním bude 19.460 Kč v roce 2015, - 23.890 Kč v roce 2016 a 29.303 Kč v roce 2017. Aktuální daň je 19%, což činí v roce 2015 – 3.610 Kč, v roce 2016 – 0 Kč a v roce 2017 – 5.510 Kč. V rezultátu tedy bude výsledek hospodaření za běžnou činnost již v prvním roce ziskový, a to konkrétně v částce 15.850 Kč, naopak rok 2016 bude ztrátový v částce – 23.890 Kč, přestože porostou tržby, zvýše se mzdové náklady a vznikne ztráta. V roce 2017 bude zisk činit 23.783 Kč.

Pro každou začínající firmu je nezbytné mít bankovní účet, přes který bude prováděna většina transakcí týkajících se společnosti. V tabulce 3.17 je srovnání pěti podnikatelských účtů od různých bankovních společností. Informace v tabulce vychází z prospektů jednotlivých bank kromě Fio banky, které jsou přílohou této bakalářské práce, a to konkrétně příloha č. 4 až 7.

Tab. 3.17 Srovnání bankovních účtů

Banka	Raiffeisen BANK	Česká Spořitelna	ČSOB	KB	Fio banka
Název účtu	Podnikatelské eKonto START	Podnikatelské konto Klasik	Podnikatelské konto OSVČ a malá firma	PROFI ÚČET	Fio podnikatelský účet
Vedení účtu	99 Kč	149 Kč	165 Kč	169 Kč (pozn.)	0 Kč
Výběr z bankomatu (vlastní)	ZDARMA	29 Kč balíček, pak 6 Kč	5 ZDARMA, pak 6 Kč	ZDARMA	10 ZDARMA, pak 9 Kč
Výběr z bankomatu (cizí)	ZDARMA	40 Kč	35 Kč	9 Kč (pozn.)	5 ZDARMA, pak 30 Kč
Poplatek za příchozí platby	ZDARMA – v tuzemsku, elektronicky	10 ZDARMA v ČR	5 ZDARMA – v ČR	10 ZDARMA	V rámci FIO, v Kč a v ČR – ZDARMA
Poplatek za odchozí platby	ZDARMA – v ČR, elektronicky		10 ZDARMA – v ČR, elektronicky		V rámci FIO, v Kč a v ČR – ZDARMA
Poplatek za výběr na přepážce		65 Kč	Výběr 150 Kč + 0,5 %		Nad 1.000 Kč ZDARMA
Poštovní výpis	NENÍ	NENÍ	Týdenní 175 Kč, po pohybu 350 Kč	NENÍ	NENÍ
Elektronický výpis		ZDARMA	Místo 165 Kč „jen“ 115	ZDARMA	ZDARMA
Úročení účtu		0,01 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %

Zdroj: vlastní zpracování

TOTO PLATÍ POUZE PRO KOMERČNÍ BANKU

Pozn. Pokud je splněna alespoň jedna ze čtyř podmínek je cena účtu místo 169 Kč – 84,50 Kč a pokud jsou splněny alespoň dvě podmínky je cena účtu 0 Kč.

Podmínky

- Posílat si peníze na osobní účet v KB
- Mít ve Skupině KB uložené úspory
- Pravidelně si spořit ve Skupině KB
- Mít v KB úvěr nebo osobní kreditní kartu

Zhodnocení srovnání bankovních účtů

Po zvážení veškerých priorit bude nakonec upřednostněn podnikatelský účet od Komerční Banky s názvem PROFI ÚČET. Tento bankovní účet splňuje požadavky, např. bezplatné vedení účtu, neboť jedna z majitelek již u této společnosti má osobní bankovní účet a zároveň penzijní připojištění, čímž splňují podmínku - pravidelně si spořit ve Skupině KB, dále tuto banku budou žádat o bankovní úvěr potřebný na začátek podnikání, čímž splní druhou podmínku. Informace o tomto úvěru již mají majitelky zjištěny a zároveň do této banky budou posílat peníze na osobní účet. Budou tak splněny tři ze čtyř podmínek a vedení účtu bude zdarma. Kromě tohoto jsou výhodné i další parametry konkrétního bankovního účtu.

4. SHRNUTÍ A ZÁVĚR

Podnikatelský plán konkretizuje záměry podnikatele do budoucna. Jeho zpracování vyžaduje nejen invenci, ale také odvahu a flexibilitu. Slouží jako nástroj kontroly, plánovací nástroj či podklad pro rozhodovací proces, zejména v případě, kdy podnikatel firmu zakládá. Přínosem podnikatelského plánu je včasné odhalení případných rizik nebo slabin daného projektu, zjištění potřeb a tvorby finančních prostředků nebo schopnost realizovat náročnější investiční program.

Cílem práce bylo zpracování podnikatelského plánu pro společnost s ručením omezeným v oblasti účetnictví tak, aby se tento plán mohl plnohodnotně využít při skutečném založení požadované společnosti v blízké budoucnosti. Domnívám se, že tento cíl byl naplněn a zpracovaný podnikatelský plán v případě přetrvávajícího zájmu je možno aplikovat pro podnikatelské účely.

První kapitolu bakalářské práce tvoří úvod, na nějž navazuje kapitola druhá – teoreticko-metodologická východiska pro vypracování podnikatelského plánu. Zde byly vymezeny základní pojmy podstatné pro založení společnosti, jimiž jsou podnikatel, podnik, služby, ale i SWOT analýza a marketingový mix, tedy metody pro zpracování podnikatelského plánu a také odpisy. V závěru druhé části proběhla komparace obsahů podnikatelských plánů dle jednotlivých autorů.

Samotné vypracování podnikatelského plánu pro společnost s ručením omezeným v oblasti účetnictví proběhlo ve třetí části této bakalářské práce. Tato kapitola je stěžejní. Podnikatelský plán byl psán dle autorů Jaromíra Vebra a Jitky Sprové a jejich knihy Podnikání malé a střední firmy. Tento plán se jevil po komparaci jako nejprůhodnější. Podnikatelský plán dle těchto autorů má osm částí, přičemž všechny tyto části byly co detailně rozpracovány. Na začátku byla představena zakládaná společnost, její klíčové osobnosti, nabízené služby, včetně cen. Významnou částí celého plánu je finanční plán, který se zabývá budoucí finanční situací společnosti. Z něj je zřejmé konkrétně z výkazu zisku a ztráty, že již v prvním roce od založení bude společnost v zisku, přičemž tento zisk nebude nijak markantní. V dalších letech budou zvýšeny mzdy a vlivem tohoto zvýšení společnost utrhá ztrátu.

Rizikem pro nově vznikající společnost Účetnictví G + S s. r. o. je fakt, že tržby nemusí vzrůstat takovou tendencí s jakou je ve finančním plánu kalkulováno, toto se bude odvíjet od aktuální ekonomické situace v České republice. Dalším případným rizikem může být nedostatek zákazníků a poptávka po nabízených službách. Konkurence je v této oblasti značná, kdy bylo zjištěno, že v okolí Ostravy je podobných firem více než 150. Tyto potenciální rizika můžou mít negativní dopad na společnost. Podnikatelský plán byl tvořen s co největší přesností a reálností. SWOT analýzou byly odhaleny silné, ale i slabé stránky společnosti stejně jako příležitosti a hrozby. Marketingový mix poodhalil riziko konkurence, které je třeba co nejvíce minimalizovat.

Společnost Účetnictví G + S s. r. o. dle propočtů má naději na úspěch, avšak nesmí být podceněny rizika. Zakladatelky se musí neustále rekvalifikovat a do společnosti přinášet inovace. Jen takto bude možno předběhnout konkurenci a dosáhnout stanovených cílů. Přičemž jedním z cílů je vytvoření stálé klientely zákazníků, díky nimž bude společnost dosahovat očekávaného zisku. I za cenu nižšího zisku než je předpoklad, musí být dodrženy zásady, kterými se od ostatních firem bude zakládaná společnost lišit. Jsou jimi ochota, flexibilita, přístup a časová dostupnost v co největší kvalitě za jakýchkoliv podmínek.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Odborná literatura

- 1) BLAŽKOVÁ, Martina. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3.
- 2) BOWHILL, Bruce. *Business planning and control: integrating accounting, strategy, and people*. Hoboken, NJ: Wiley, 2008. 620 p. ISBN 04-700-6177-4.
- 3) FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0939-2.
- 4) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: [strategie a trendy]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- 5) KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- 6) KOTLER, Philip, et al. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- 7) MARINIČ, Pavel. *Plánování a tvorba hodnoty firmy*. Praha: Grada, 2008. 232s. ISBN – 978-80-247-2432-4.
- 8) NICKELS, W. G., J. M. MCHUGH a S. M. MCHUGH. *Understanding business*. 9., internat. ed. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2010. ISBN 978-007-1314-y107.
- 9) SLAVÍK, Jakub. *Marketing a strategické řízení ve veřejných službách*. 1 vyd. Praha: Grada, 2014. 192 s. ISBN 978-80-247-4819-1.
- 10) SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- 11) STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- 12) SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-336-3.
- 13) VEBER Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 2. vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.

Elektronické zdroje

- 14) BUSINESS CENTER – *Příloha č. 2 k zákonu č. 455/1991 Sb. Živnosti vázané* [online]. 2014. [cit. 2014-03-20]. Dostupné z:
www.business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/priloha2.aspx
- 15) BUSINESS INFO – *Evropská charta pro malé podniky* [online]. 2014. [cit. 2014-02-26]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/evropska-charta-pro-male-podniky-3851.html>
- 16) EUROPA – PŘEHLEDY PRÁVNÍCH PŘEDPISŮ EU – *Definice mikropodniků, malých a středních podniků* [online]. 2014. [cit. 2014-02-02]. Dostupné z:
http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_cs.htm

Zákony a směrnice

- 17) Článek 1, Směrnice 83/349/EHS
- 18) Zákon č. 90/2012 Sb. O obchodních korporacích (§ 142)
- 19) Zákon č. 133/1985 Sb., o požární ochraně.
- 20) Zákon č. 309/2006, o zajištění dalších podmínek bezpečnosti a ochrany zdraví při práci
- 21) Zákon č. 586/1992, Zákon o dani z příjmů
- 22) Zákon č. 262/2006 Sb., Zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů
- 23) Zákon č. 455/1991 Sb., Živnostenský zákon, ve znění pozdějších předpisů

SEZNAM ZKRATEK

BOZP	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
CF	Cash-flow
ČSOB	Československá obchodní banka
ČM	Čistá mzda
DPH	Daň z přidané hodnoty
EHS	Evropské hospodářské společenství
EU	Evropská Unie
IČ	Identifikační číslo
ISO	International Standard (mezinárodní standard)
IT	Informační technologie
KB	Komerční Banka
KS	Konečný stav
MM	Marketingový mix
OS	Odpisová skupina
OSSZ	Okresní správa sociálního zabezpečení
PO	Požární ochrana
PS	Počáteční stav
PSČ	Poštovní směrovací číslo
RPJ	Roční pracovní jednotky
SBD	Stavební bytové družstvo
SHM	Superhrubá mzda
SP	Sociální pojištění
S. R. O.	Společnost s ručením omezeným
VC	Vstupní cena
VH	Výsledek hospodaření
VN	Vstupní náklady
VZZ	Výkaz zisku a ztráty
ZC	Zůstatková cena
ZDP	Zákon o dani z příjmů
ZP	Zdravotní pojištění

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Obrázek 2.1:	Využití výsledků komplexní analýzy pro SWOT Analýzu
Tabulka 2.1:	SWOT matice
Tabulka 2.2:	Srovnání obsahu podnikatelských plánů dle jednotlivých autorů
Tabulka 3.1:	Podíly a vklady majitelek, tedy jednatelek
Tabulka 3.2:	Mzdové účetnictví
Tabulka 3.3:	Vypracování daňového přiznání
Tabulka 3.4:	Úřední hodiny
Tabulka 3.5:	SWOT analýza
Tabulka 3.6:	Odpisy dlouhodobého hmotného majetku - ROVNOMĚRNÉ
Tabulka 3.7:	Odpisy dlouhodobého hmotného majetku - ZRYCHLENÉ Náklady
Tabulka 3.8:	Odpisy dlouhodobého nehmotného majetku
Tabulka 3.9:	Tabulka koeficientů
Tabulka 3.10:	Měsíční mzdové náklady
Tabulka 3.11:	Náklady v letech 2015, 2016, 2017
Tabulka 3.12:	Měsíční jednotlivé provozní náklady v letech 2015, 2016 a 2017
Tabulka 3.13:	Výnosy měsíční a v letech 2015, 2016, 2017
Tabulka 3.14:	Rozvaha k 01.01.2015
Tabulka 3.15:	Plánovaný úvěr, splátky, úroky
Tabulka 3.16:	Výkaz zisku a ztráty
Tabulka 3.17:	Srovnání bankovních účt

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 9. května 2014


Zuzana Sošková

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1	Komfort daně s. r. o. - CENÍK
Příloha č. 2	ACCONT Finanace, s. r. o. - CENÍK
Příloha č. 3	D&I Profi účto – CENÍK
Příloha č. 4	Raiffeisen BANK – Podnikatelské eKonto START
Příloha č. 5	Česká Spořitelna – Podnikatelské konto Klasik
Příloha č. 6	ČSOB – Podnikatelské konto OSVČ a malá firma
Příloha č. 7	Komerční Banka – PROFI ÚČET

Příloha č. 1 – Komfort daně s. r. o. – CENÍK

Ceny účetních služeb Ostrava

Ceny jsou uvedeny v Kč, bez DPH, včetně pojištění profesní odpovědnosti za škodu.	Daňová evidence		Podvojný účetnictví	
	Neplátce DPH	Plátce DPH	Neplátce DPH	Plátce DPH
Cena za účtovací doklad - dokladem se rozumí faktura, výdajový doklad, příjmový doklad, interní doklad, položka na bank.výpisu (mimo položky za vedení účtu, které se sčítají a účtují jako jedna částka).	20,-	20,-	20,- až 25,-	20,- až 25,-
Cena za účtovací doklad při on-line vedení - cena za zaúčtování, nebo účetní dohled nad doklady, které si klient zadává do systému sám.	od 14,-	od 14,-	od 14,-	od 14,-
Přiznání k DPH (cena za období – měsíc, čtvrtletí)	-	399,-	-	399,-
Intrastat , nebo souhrnné hlášení za období	-	199,-	-	199,-
Přiznání k dani z příjmu	1000,-	od 1200,-	2000,-	od 2000,-
Přehledy OSVČ pro OSSZ, ZP	200,- / ks			
Přiznání k dani silniční pro jedno vozidlo - další vozidla	199,- / ks + 50,- / vozidlo			
Přiznání k dani z nemovitostí	500,- / ks			
Přiznání k dani z převodu nemovitostí	500,- / ks			
Přiznání k dani darovací	500,- / ks			
Přiznání k dani dědické	500,- / ks			
Skladová evidence	4,- / položka			
Zpracování mezd a personalistiky - cena zahrnuje veškeré úkony (přihlášení, odhlášení, vyhotovení pracovních smluv, výpočet mezd včetně příkazů k úhradě, zhotovení zápočtových listů, ELDP, roční zúčtování daně, vystavení různých potvrzení pro zaměstnancům apod.), včetně zastoupení na OSSZ při kontrole	280,- měsíčně / zaměstnanec			
Poradenství v oblasti účetnictví a v oblasti optimalizace daní	600,- / hod			
On-line poradenství v oblasti účetnictví, daní a mezd	od 199,- / dotaz			
Investiční poradenství, smlouvy, směrnice apod.	600,- / hod			
Zastupování na úřadech při kontrolách apod.	400,- / hod			
Finanční analýza	Od 2500,- (dle individuální domluvy)			
Zpracování žádosti o úvěr pro banku	2000,-			

Příloha č. 2 – ACCONT finance, s. r. o. – CENÍK

Ceník

Účetnictví

Cena za zpracování účetnictví nebo daňové evidence je stanovena individuálně paušální částkou dle počtu dokladů a časové náročnosti.

Minimální měsíční paušál:

- Neplátce DPH – Daňová evidence	500,--/měsíc
- Neplátce DPH – Účetnictví	1000,--/měsíc
- Plátce DPH – Daňová evidence	1000,--/měsíc
- Plátce DPH – Účetnictví	1500,--/měsíc

V rámci této částky má klient zdarma:

- zpracování roční závěrky
- zpracování všech daňových přiznání a výkazů
- zpracování povinných statistických výkazů
- zastupování na úřadech
- ekonomické a účetní poradenství v rozsahu jeho podnikatelské činnosti

Nabízíme zpracování daňového přiznání s uplatněním výdajů procentem z příjmů, cena je stanovena smluvně dle časové náročnosti, minimálně však 2000,-- Kč.

V ceně je zahrnuto:

- zpracování přehledu příjmů
- zpracování přiznání k dani z příjmů FO
- přehled příjmů a výdajů pro zdravotní pojišťovnu
- přehled příjmů a výdajů pro OSSZ
- odevzdání přiznání a přehledů na úřadech

Mzdy, personalistka

Cena za zpracování mezd a personalistiky

- zaměstnanec na HPP	170,--/osoba/měsíc
- zaměstnanec na DPP, DPČ	100,--/osoba/měsíc

V rámci této částky má klient zdarma:

- zpracování měsíčních výkazů a přehledů
- zpracování ročních vyúčtování a přehledů
- zastupování na úřadech
- poradenství v oblasti mzdy a personalistiky

Ceny jsou uvedeny bez DPH.

Příloha č. 3 – D&I Profi účto – CENÍK

Ceník

Cena služeb je stanovena individuálně na základě rozsahu požadovaných prací, množství dokladů a počtu zaměstnanců. Po dohodě je možné stanovit **měsíční paušální částku**. Tato částka může být po určité době přehodnocena v závislosti na rozvoji firmy.

Podvojný účetnictví

Položka / řádek v deníku neplátce DPH	25,-	
Položka / řádek v deníku plátce DPH	29,-	daňové přiznání k DPH je v ceně

Daňová evidence

Položka / řádek v deníku neplátce DPH	16,-	
Položka / řádek v deníku plátce DPH	22,-	daňové přiznání k DPH je v ceně

Mzdy

Mzda a mzdová agenda

- dohoda o provedení práce/zaměstnanec	130,-
- dohoda o pracovní činnosti/zaměstnanec	220,-
- pracovní poměr/zaměstnanec	220,-
Vyhotovení pracovní smlouvy, dohody	100,-
Příhlášky a odhlášky	100,-
Roční vyúčtování daně	500,-

Přiznání k dani z příjmů právnických osob

Uzavření účetních knih, rozvaha, výkaz zisků a ztrát, daňové přiznání s přílohou 5000,-

Přiznání k dani z příjmů fyzických osob

Závěrka, daňové přiznání, přehledy OSSZ, ZP	2500,-
Při stanovení výdajů procentem z příjmů	2200,-
DP pro nepodnikající osoby	500,-

Ostatní daně

DP k dani silniční /dle počtu aut	300,-	do dvou aut, za každé další auto 50,-
DP k dani z nemovitosti	od 1000,-	
DP k dani dědické, darovací, z převodu	od 1000,-	

Práce v hodinové sazbě

Úkony nad rámec paušálu 1 h	200,-
Zastupování při kontrole 1 h	300,-
Poradenství 1 h	300,-
Statistické výkazy	1000,-

Příloha č. 4 – Raiffeisen BANK – Podnikatelské eKonto START

POJIŠTĚNÍ ASISTENČNÍCH SLUŽEB VÁM POMŮŽE NAPŘÍKLAD TAKTO:

- Pomoc technika v kanceláři
- Ostraha kanceláře
- Stěhovací služby
- Možnost nouzového provozu Vašich telefonních linek
- Pomoc s vyhledáním náhradních prostor
- Telefonická právní asistence
- Právní asistence s finančním plněním

Asistenční služby pro podnikatele	Límec pojistného plnění
Pomoc v nouzové situaci	• instalatér, elektrikář, topenář, plynář, sklenář • zámečnický 10 000 Kč
Neobyvatelná kancelář/provozovna	• sřezání objektu (max. 48 hod.) • stěhovací služby 20 000 Kč 10 000 Kč po dobu 7 dní
Právní asistence	• vyhledání náhradních prostor • trestní a přestupkové právo • občanská odpovědnost, profesní odpovědnost • pracovní právní vztahy • problematika vztahující se ke společenskému vlastnictví jednotek a bytovým družstvům • pojištní problematika předložení 3 nabídek pro rozhodnutí klienta • telefonická konzultace 60 min./událost • 20 000 Kč/událost (spot, jehož hodnota přesahuje 5 000 Kč)
Zajištění služeb odborníky pro opravy a údržbu	• instalatér, topenář, plynář, zámečnický, sklenář, elektrikář, obkladač, klempíř, podlahář, truhlář, štukatér, malíř, lakýrník, kominík, zedník, pokrývač, úklidové práce, stěhovací služby, služby spojené s dezinfekcí, dezinfekcí, deratizací hrozeno je organizace – náklady služby hradí zákazník

Při kontaktování asistenční centrále sdělte:

- Vaše jméno, příjmení a kontaktní telefonní číslo
- IČ
- Adresu provozovny
- Popis události a další okolnosti důležité k určení nejvhodnějšího řešení nastalé situace

POBOČKA

www.rb.cz
E-mail: info@rb.cz
Business linka: 841 164 164
Centrála:
Raiffeisenbank a.s., Hvězdova 1716/2b, 140 78 Praha 4
Tel. č.: 221 141 111, fax: 221 142 111

Navštivte kteroukoli naši pobočku a my Vás rádi seznámíme se všemi detaily Podnikatelského eKonta START a účet Vám rovnou na počkání nastavíme.

O NÁS

U nás v Raiffeisenbank se řídíme tím, co požadují naši klienti. Proto jim poskytujeme nadstandardní péči. Jsme moderní a dynamický finanční ústav. Naši bankéři jsou profesionálové, kteří přesně vědí, co jejich klienti potřebují.

V oblasti finančnínictví má značka Raiffeisen více než 140letou tradici. Naučili jsme se, že naslouchat klientům a dbát na neustálé zlepšování služeb se vyplácí. Proto jsme se stali bankou inspirovanou klienty.



Banka inspirovaná klienty

Všechny zde uvedené informace jsou platné od října 2012. Společnost je zapsána v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, v odděle B, vložka 2051. Více informací na www.rb.cz.

Finanční skupina Raiffeisen: Raiffeisen BANK, Raiffeisen STAVEBNÍ SPORITELNA, Raiffeisen LEASING, UNICQA

Raiffeisen BANK
Banka inspirovaná klienty

Dobry START podnikání je základ

Podnikatelské eKonto START

Podnikatelské eKonto START

Začali jste právě podnikat nebo se na to chystáte? Řešíte, kterou banku si vybrat jako spolehlivého partnera? Raiffeisenbank Vám nabízí unikátní „startovací“ program podpory, se kterým získáte vše, co do začátku podnikání od své banky potřebujete. Tyto nadstandardní služby jsou přesně stavené podle potřeb začínajících podnikatelů. Stačí k tomu jediné – porádit si Podnikatelské eKonto START.

Podnikatelské eKonto START je určené začínajícím podnikatelům a nově vzniklým firmám (do 12 měsíců od zahájení podnikání, tj. zápisu v obchodním nebo živnostenském rejstříku).

HLAVNÍ VÝHODY

- Neomezený počet tuzemských elektronických transakcí
- Neomezený počet výběrů z bankomatu kterékoli banky v ČR i v zahraničí
- Pojištění Asistenčních služeb pro podnikatele
- Vedení účtu v dalších měnách – až 8 měn
- Správa kontokorentního úvěru

DALŠÍ VÝHODY

- Maximální zabezpečení transakcí pomocí elektronických klíčů
- Snadné propojení Vašeho účetního systému s podnikatelským účtem – pohodlné a rychlé zadávání většího množství platebních příkazů nebo stahování bankovních výpisů (podrobnější informace na www.rb.cz/ekonomikar)
- Možnost zhodnotit své úspory výhodnou úrokovou sazbou na spořicí účtu, kde máte peníze kdykoli k dispozici
- Možnost uzamčení platební karty proti neoprávněnému použití

Podnikatelské eKonto START můžete využívat maximálně 1 rok od založení účtu. Po uplynutí 12 měsíců Vám bude automaticky nastaveno Podnikatelské eKonto BUSINESS.

Podnikatelské eKonto START	
Výňatek z Ceníku pro FOP a PO	
Měsíční paušál	99 Kč
Služby zahrnuté v měsíčním paušálu	
Správa běžného účtu v hlavní měně	ANO
Správa běžného účtu v dalších měnách (až 8 měn)	ANO
Embosovaná platební karta	ANO
Přímé bankovníchví	ANO
Spořicí účet	ANO
Správa kontokorentního úvěru	ANO
Počet tuzemských elektronických transakcí (příchozí/odchozí)	neomezeně
Počet výběrů platební kartou z bankomatu kterékoli banky v ČR i v zahraničí	neomezeně
Pojištění Asistenčních služeb pro podnikatele	ANO

CO JE TŘEBA PRO ZALOŽENÍ PODNIKATELSKÉHO eKonta START?

- Doklad totožnosti fyzické osoby podnikatele nebo osoby jednající jménem právnické osoby
- Doklad opravňující k podnikání – výpis z obchodního rejstříku, živnostenský list, koncesní listina apod.
- Minimální vklad 1 000 Kč
- Být podnikatelem či firmou registrovanou na území České republiky nebo v zahraničí

NABÍDKA PRO VAŠE BLÍZKÉ

Pro dvě Vámi stanovené osoby můžete získat plynodotný osobní účet eKonto KOMPLET za zvýhodněný paušál 89 Kč bez jakýchkoli podmínek.

- V ceně tarifu získají Vaši blízcí ZDARMA:
- Neomezený výběr z bankomatů všech bank v České republice i v zahraničí
- Neomezený počet elektronických plateb
- Volbu čísla účtu a mnoho dalšího

Pojištění Asistenčních služeb pro podnikatele

Potřebujete právní pomoc? Máte neobyvatelnou kancelář? Sháníte zámečníka? Díky pojištění Asistenčních služeb pro podnikatele získáte pomoc v nouzových situacích, které Vás v podnikání mohou překvapit.

Produkt je určen pro podnikatele a malé firmy a získat jej můžete jako součást Podnikatelského eKonta KOMPLET i Podnikatelského eKonta START.

JAK POJIŠTĚNÍ FUNGUJE

Asistenční centrála pro Vás zajistí služby v případech události ve Vaší kanceláři či provozovně, které jsou kryty pojištěním asistenčních služeb. V případě právních dotazů můžete využít telefonické konzultace či právní asistence s finančním plněním.

Více na www.rb.cz/asistence

Poskytovatelem pojištění je **Europ Assistance, s. r. o.**, se sídlem Na Pankráci 127, 140 00 Praha 4, IČ: 25287851.



Europ Assistance
nepřetržitá služba 24 hodin denně
tel.: +420 221 586 532

Jméno klienta:
(Name)

Smlouva č.: 8070000250

Příloha č. 5 – Česká Spořitelna – Podnikatelské konto Klasik

MPV 1/09/2013/630

Podnikání
Firemní úvěry České spořitelny

Tento reklamní leták má za cíl upozornit na služby či produkty v něm uvedené a není závazným návrhem, který by zakládal práva a závazky účastníků.

Česká spořitelna
pro podnikatele a malé firmy

ČESKÁ SPOŘITELNA
Jste nám blíž.

www.csas.cz Informační linka: 800 207 207

Máme rádi malé podnikání

Vybudovali jste si své podnikání a získali spokojenou klientelu. Víte, jak chutná úspěch, ale také kolik práce se za ním skrývá. Vážíme si toho, co jste dokázali, a nabízíme Vám své služby. Naši poradci pro podnikatele a firemní bankéři mají zkušenosti se všemi typy podnikání a přesně vědí, co potřebujete.

Podnikatelské konto – základ Vašeho podnikání pro jasný přehled o Vašich financích.

149 Kč
To je částka, za kterou získáte **Podnikatelské konto Klasik** a s ním vše, co potřebujete při běžném podnikání:

- Vedení účtu a měsíční elektronické výpisy.
- Ovládání účtu z mobilu, přes internet a telefon pro pohodlnou obsluhu odkudkoli.
- Mezinárodní bezkontaktní platební kartu.
- 10 tuzemských elektronických transakcí měsíčně.
- Kontokorent až do výše 50 000 Kč v rámci účtu jako bezpečnou rezervu na nečekané výdaje.

29 Kč
Tolik stačí na **přikoupení jedné z doplňkových služeb** pro Vaše Podnikatelské konto Klasik:

- Všechny výběry z bankomatů České spořitelny.
- Další platební karta Visa Business s výhodami pro Vaše partnery nebo zaměstnance.
- Balíček 25 informačních SMS o denním zůstatku ve Vašem mobilním telefonu.

299 Kč
Minimální cena za maximální služby **Podnikatelského konta Maxi**:

- Vedení účtu a měsíční elektronické výpisy.
- Ovládání účtu z mobilu, přes internet a telefon pro pohodlnou obsluhu odkudkoli.
- Mezinárodní bezkontaktní platební kartu.
- Kontokorent až do výše 50 000 Kč v rámci účtu jako bezpečná rezerva na nečekané výdaje.
- Všechny tuzemské elektronické transakce (např. příkaz k úhradě zadáný prostřednictvím přímého bankovníctví, došlá platba, trvalá platba, inkaso).
- Všechny výběry z bankomatů České spořitelny.
- Balíček 25 informačních SMS o denním zůstatku ve Vašem mobilu.
- Osobní účet pro Vaše soukromé finance.

29 Kč
Zanedbatečná částka pro rozšíření Vašeho Podnikatelského konta Maxi:

- Další platební karta Visa Business s výhodami pro Vaše partnery nebo zaměstnance.

Podnikatelské konto Maxi je určeno podnikatelům a firmám s obrátem do 30 milionů korun ročně.

Potřebujete peníze na další aktivity?

Pak je tu pro Vás **Firemní úvěr**:

- Pomůže Vám s rozvojem Vašeho podnikání, například s nákupem vybavení provozovny nebo auta.
- Neptáme se, na co chcete peníze použít, a s úvěrem do 1,5 milionu Kč ani nemusíte ručit svou nemovitostí.
- Garantujeme Vám neměnnou úrokovou sazbu po dobu splácení.
- Vyšší splátek si určíte sami a splácet můžete 1 až 6 let.
- Kdykoli můžete předčasně úvěr doplatit nebo vložit mimořádnou splátku.
- Poplatky a úroky spojené s úvěrem jsou nákladovou položkou snižující základ daně.

Nebo Firemní kontokorent:

- Pokryje Vám nečekané výdaje, provozní výpadek cash flow nebo díky němu můžete například nakoupit zboží na sklad.
- Peníze máte vždy k dispozici na svém Podnikatelském kontu.
- Nemusíte nám říkat, k čemu peníze použijete.
- Vyřízení kontokorentu zabere jen pár minut a kdykoli jej můžete splatit nebo naopak navýšit.

Chcete do podnikání investovat?

Úspěšné podnikatelské plány si žádají investice. A hladký chod firmy provozní kapitál. Podívejte se o své plány s firemními bankéři a nechte si připravit financování na míru. Nabízíme **investiční úvěry, hypoteční úvěry a provozní úvěry**:

- Výše úvěru se řídí Vašimi potřebami.
- Čerpání přizpůsobíme Vašemu plánu investic.
- Splátkový kalendář zvolíte na míru Vaší firmě.
- Do 5 milionů Kč při zajištění nemovitostí Vaší žádost vyřídíme do 5 dnů.
- Nemáte-li nemovitost, jsou Vám k dispozici nezajištěné úvěry.
- Jestli nám řeknete, na jaký účel peníze použijete, je na Vás.

Příloha č. 6 – ČSOB – Podnikatelské konto OSVČ a malá firma

ČSOB Podnikatelské konto

Konto šité na míru pro OSVČ a menší firmy.

Hlavní výhody

- 10 elektronických odchozích tuzemských plateb zdarma.
- 5 příchozích tuzemských plateb zdarma.
- 5 výběrů z bankomatu zdarma.
- Elektronické bankovníctví v ceně konta.
- Platební karta Business Standard včetně pojištění ztráty a krádeže nebo vkladové karta pro vklady hotovosti bankomatem ČSOB nebo na přepážkách České pošty.

ČSOB Firemní konto

Konto vhodné pro menší a středně velké firmy a také pro členy profesních komor, pro které jsme vytvořili k uvedenému kontu speciální výhody.

Hlavní výhody

- 30 elektronických odchozích tuzemských plateb zdarma.
- 15 příchozích tuzemských plateb zdarma.
- Elektronické bankovníctví podporující export a import dat z účetnictví v ceně konta.
- Dvě platební karty Business Standard zdarma, jedna včetně pojištění ztráty a krádeže nebo dvě vkladové karty pro vklady hotovosti bankomatem ČSOB nebo na přepážkách České pošty.

ČSOB Obchodní konto

Konto speciálně vytvořené pro podnikání středně velkých a větších firem.

Hlavní výhody

- 150 elektronických odchozích tuzemských plateb zdarma.
- 100 příchozích tuzemských plateb zdarma.
- Elektronické bankovníctví podporující export a import dat z účetnictví včetně čtečky čipových karet a čipové karty s bezpečnostním certifikátem v ceně konta.
- Platební karta ve variantě Business Premium včetně pojištění ztráty a krádeže a cestovního pojištění Exklusivní a pojištění právní ochrany řidiče D.A.S.
- Dvě platební karty Business Standard nebo tři vkladové karty pro vklady hotovosti bankomatem nebo na přepážkách České pošty.

A navíc můžete získat

ČSOB Povolené přečerpání

Tento **krátkodobý neúčelový úvěr** představuje ideální řešení pro **překlenutí dočasného nedostatku peněžních prostředků** a stane se vaší nepostradatelnou **finanční rezervou**. Nemáte-li momentálně na účtu potřebnou hotovost, jednoduše účet přečerpáte. Limit přečerpání může být ve výši až 5 mil. Kč.

ČSOB Kreditní karta pro podnikatele

Platební karta s úvěrem ve výši **až 500 tisíc Kč**. Kartu použijete všude, kde akceptují platební karty MasterCard. Slouží především k **nižším platbám u obchodních partnerů, k úhradě obchodních závazků nebo jako rezerva pro řešení neočekávaných firemních výdajů**. Největší výhodou karty je **bezúročné období, což znamená provést ve sjednaném termínu plnou splátku celé čerpané částky úvěrového limitu, následně bance už neplatíte žádné úroky**. Další výhodou je možnost převést až 30 % úvěrového limitu pomocí elektronického bankovníctví na účet vedený v ČSOB. K jednomu úvěrovému limitu můžete mít i několik kreditních karet a ke každé kartě další doplňkové služby, např. cestovní pojištění.

ČSOB Spořicí účet pro podnikatele

Ideální řešení pro **zhodnocování peněz v krátkodobém časovém horizontu**. Výhodou je vkládání peněz kdykoli a v libovolné výši. Založení i vedení účtu poskytuje ČSOB zdarma. V případě potřeby máte peníze rychle k dispozici, výpovědní lhůta je pouze jeden den. Výpovědi lze zadávat pohodlně prostřednictvím elektronického bankovníctví, po uplynutí výpovědní lhůty jsou peníze automaticky převedeny na váš účet.



Československá obchodní banka, a. s.
Člen skupiny KBC
Radlická 333/150, 150 57 Praha 5
www.csob.cz | info@csob.cz

11/2013
Nejprve se o návrh na uzavření smlouvy.

ČSOB Konta pro podnikatele

S tím správným kontem mohu podniknout cokoli

www.csob.cz

800 300 300

www.csob.cz

800 300 300

Poradíme vám, které konto je pro vaše podnikání nejlepší

ČSOB Konta pro podnikatele

Doporučíme vám nejvýhodnější řešení

Hledáte konto, které může vašemu podnikání zaručit přesnost, rychlost a diskrétnost? Konto, jež umí šetřit váš čas, námahu i peníze?

Právě jste ho našli. Účet, který je dostatečně univerzální, aby dokázal splnit všechny požadavky moderní doby, a zároveň dostatečně individuální, aby přesně vyhovoval právě vašemu podnikání, to je ten správný klíč k úspěchu.

Živnostníkům, podnikatelům a majitelům malých a středně velkých firem přináší ČSOB tři typy kont:

- ČSOB Podnikatelské konto
- ČSOB Firemní konto
- ČSOB Obchodní konto

Víme, jak je pro vás podnikání důležité, a díky našim dlouholetým zkušenostem rozumíme tomu, co vaše firma potřebuje.

ČSOB vám poskytne nejlepší řešení vhodné pro hladký ekonomický chod vaší firmy.

Konkrétní typ podnikatelského konta vhodný právě pro vaše podnikání vám doporučí náš firemní poradce.

Naše konta ve zkratce

Služby ke kontům	Podnikatelské konto OSVČ a malá firma	Firemní konto Malá až střední firma	Obchodní konto Střední až větší firma
Segmentové určení	✓	✓	✓
Zřízení konta	✓	✓	✓
Vedení konta včetně výpisu měsíčně poštou	✓	✓	✓
Počet elektronických odchozích tuzemských plateb měsíčně zdarma	10	30	150
Počet příchozích tuzemských plateb měsíčně zdarma	5	15	100
Výběry z bankomatů ČSOB v ČR měsíčně zdarma	5		
Zřízení a vedení služeb ČSOB Linka 24, ČSOB Mobil 24, ČSOB Info 24	✓	✓	✓
Zřízení a vedení služby ČSOB InternetBanking 24	✓	✓	✓
Vydání komerčního nebo kvalifikovaného certifikátu pro ČSOB Elektronické bankovníctví		✓	✓
Roční obnova komerčního nebo kvalifikovaného certifikátu		✓	✓
ČSOB Info 24: počet zpráv o pohybech na účtu a platební kartě e-mailem	neomezeně	neomezeně	neomezeně
ČSOB Info 24: počet zpráv o pohybech na účtu prostřednictvím SMS měsíčně zdarma	5	10	20
ČSOB Info 24: počet zpráv o operacích platební kartou prostřednictvím SMS měsíčně zdarma	5	10	20
Zřízení a vedení služby ČSOB BusinessBanking 24 On-line		✓	✓
Zřízení služby ČSOB BusinessBanking 24 Off-line verze (včetně čtečky čip. karet a čip. karty)			✓
Vydání a vedení mezinárodní platební karty		1 ks	2 ks
Vydání a vedení mezinárodní platební karty včetně pojištění ztráty a krádeže	1 ks	1 ks	
Vydání a vedení mezinárodní platební karty Business Premium včetně cestovního pojištění, pojištění právní ochrany D.A.S. a pojištění ztráty a krádeže			1 ks
Příplatek za výpis z účtu zaslané poštou (týdenní/po pohybu) CZK/měsíc	175/350	175/350	175/350
Cena konta s elektronickými výpisy s frekvencí týdně/měsíčně/po pohybu	115	290	1100
Cena (CZK/měsíc)	165	340	1150

Příloha č. 7 – Komerční Banka – PROFI ÚČET

Výhody

oddělené firemní a osobní finance,
ale přitom přehledné na jednom místě

snadné a přehledné ovládání účtů
prostřednictvím počítače nebo telefonu

1 internetové bankovníctví
1 bankovní poradce

dostupné podnikatelské financování

za aktivní využívání služeb je vedení
obou účtů bez poplatku

rychlejší a výhodnější převody mezi účty

www.mojeodmeny.cz

PODNIKATELSKÉ
PRODUKTY

PODNIKATELSKÉ
PRODUKTY

PROFI PROGRAM Profi účet + MůjÚčet



PODNIKATELSKÝ A OSOBNÍ ÚČET
– výhodné a jednoduché řešení

CHCETE VÍCE INFORMACÍ? PTEJTE SE.

Vaše otázky rád zodpoví Váš bankovní poradce.
Můžete také kontaktovat naše telefonní bankéře
na bezplatné infolince 800 521 521
nebo navštívit www.kb.cz.

NA PARTNERSTVÍ ZÁLEŽÍ



Představujeme PROFI PROGRAM

Profi program přináší podnikatelům i firmám řešení pro
výhodnou správu podnikatelských a osobních financí
jednoduše a přehledně na jednom místě.

Co je PROFI PROGRAM? PROFI ÚČET + MŮJÚČET

V rámci Profi programu získáte oba účty bez poplatku
za jejich vedení. Stačí je jen aktivně využívat.

Profi účet – vše potřebné pro snadnou správu
podnikatelských financí.
Profi účet obsahuje běžný účet v Kč s měsíčním
elektronickým výpisem, mezinárodní embosovanou
platební kartu, obsluhu účtu pomocí internetu, telefonu
i mobilu, zdarma prvních 10 příchozích nebo odchozích
transakcí každý měsíc a zdarma výběry z bankomatů KB
(v rámci konceptu MojeOdměny).

MůjÚčet
MůjÚčet je flexibilní balíček, který obsahuje vše, co
potřebujete k pohodlné obsluze svých osobních financí.
Obsahuje běžný účet v Kč s měsíčním elektronickým
výpisem, obsluhu účtu pomocí telefonu, internetu i mobilu,
platební kartu s cestovním pojištěním, všechny příchozí
platby v Kč na účet i výběry z bankomatu KB zdarma
(v rámci konceptu MojeOdměny).

Doplňkové služby
Profi účet i MůjÚčet si můžete rozšířit o doplňkové služby,
díky nimž si nastavíte účty tak, aby odpovídaly přesně
Vaším potřebám, například o Balíčky transakcí ke každému
účtu, prémiové karty, pojištění apod.

Co Vám PROFI PROGRAM umožní?

**Jednoduše spravovat podnikatelské i osobní finance
na jednom místě.**

- přehledná správa oddělených účtů
- samostatné výpisy
- snadná obsluha účtů v jednom internetovém
bankovníctví
- jeden bankovní poradce

Rychleji a výhodněji převádět peníze mezi účty.

**Dle obrátu na podnikatelském účtu rychleji
dosáhnout na výhodné podnikatelské úvěry
a financování.**

Čerpat výhody v rámci konceptu MojeOdměny

Profi program = výhody na podnikatelském i osobním
účtu. Profi účet i MůjÚčet jsou v Profi programu bez
poplatku za vedení – stačí jen aktivně využívat služby KB:

- osobní balíček MůjÚčet je v rámci Profi programu
zdarma bez jakýchkoli podmínek a časového omezení
- cenu za Profi účet ovlivníte splněním níže uvedeného:
 - posílat si peníze na osobní účet v KB
 - mít ve Skupině KB uložené úspory
 - pravidelně si spořit ve Skupině KB
 - mít v KB úvěr nebo osobní kreditní kartu

Splníte-li alespoň jedno z výše uvedených pravidel,
vedení Vašeho Profi účtu máte za polovinu.
Splníte-li dvě a více pravidel, vedení Vašeho Profi účtu
máte zdarma.

Je to jednoduché. Stačí Vám například posílat si peníze
na osobní účet a pravidelně si spořit na důchod – a oba
účty budete mít zdarma.

Výše vyplacených odměn je každý měsíc uvedena
na výpisech z účtů.

Poplatky za vedení účtů jsou dány měsíc naučtovány
a následující měsíc vráceny v rámci konceptu
MojeOdměny. Bližší informace najdete
na www.mojeodmeny.cz.